

***“Viajar es imprescindible y la sed de viaje,
un síntoma neto de inteligencia”***
Enrique Jardiel Poncela

Noticias	2
Entrevista a Zurab Pololikashvili	4
Hernán Epstein El presente y futuro de las estadísticas de turismo	8
Belén González Olmos y María Velasco Gimeno Nuevas fuentes de información para la medición del turismo	12
Belén González Olmos, Carlos Fullea Carrera y Alfonso Fernández Bes Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad	16
Belén González Olmos y Blanca Corral Orgaz Estadística experimental de la distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España, por comunidad autónoma de residencia y país de origen	22
Eva Hurtado y Óscar Perelli De la estadística a la inteligencia turística: una oportunidad sin vuelta atrás	27
Ana María Camps Las fuentes estadísticas y su rentabilidad en el sector turístico	30
Fernando Ruiz Diezma Estadísticas turísticas: una herramienta clave para la planificación en el sector	33
Cristina Rovira, Josep Anton Sánchez y Daniel Ibáñez Población estacional y turismo: una aproximación cuantitativa	36
Reseña de publicaciones	40

Tras repasar en el número anterior las fuentes más clásicas o habituales relativas al sector turístico, en esta edición analizaremos aquellas tendencias y novedades en la recogida de información para el estudio del turismo, que permitirán una mayor granularidad y actualidad de los datos. Esta mayor disponibilidad de información es muy relevante para este sector que está sufriendo una coyuntura muy complicada y debe afrontar nuevos retos y repensarse de cara al futuro.

Comenzamos este número entrevistando a **Zurab Pololikashvili**, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, sobre el papel de la OMT en esta crisis y los riesgos y oportunidades para el sector en la era post-Covid. El primero de los artículos, elaborado por **Hernán Epstein**, director del departamento de Estadísticas de la OMT, describe las principales tendencias en las estadísticas turísticas. Los siguientes artículos, firmados por **Belén González**, **María Velasco**, **Carlos Fullea**, **Alfonso Fernández** y **Blanca Corral**, describen las estadísticas experimentales que se están llevando a cabo desde la Subdirección General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología del INE a partir de nuevas fuentes de información para el análisis de variables relacionadas con el Turismo. En concreto, detallan la metodología empleada en la medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad a partir de los portales que publicitan estos alojamientos en la web, así como la metodología de la estadística experimental para la distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España a partir de las transacciones de las tarjetas de crédito. A continuación, el artículo de **Eva Hurtado** y **Óscar Perelli**, de Exceltur, se enfoca en la relevancia del análisis de las nuevas fuentes masivas de datos y la inteligencia artificial para el estudio del sector. Seguidamente, **Ana María Camps**, desde la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), explica la utilidad de la información estadística para las empresas del sector turístico. A continuación, el artículo de **Fernando Ruiz** de Squarefer se enfoca en la necesidad de una mayor coordinación y centralización en la producción de estadísticas turísticas. Por último, **Cristina Rovira**, **Josep Anton Sánchez** y **Daniel Ibáñez** del Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), nos detallan la metodología utilizada por su institución para la estimación de la población estacional en los municipios de Cataluña. ●

El Rey Felipe VI recibe en Audiencia al INE con motivo de la conmemoración de su 75 aniversario

Su Majestad el Rey Felipe VI recibió el 16 de febrero de 2021 en Audiencia a una delegación del Instituto Nacional de Estadística (INE) con motivo de la conmemoración del 75 aniversario del Instituto.

El presidente del INE, Juan Manuel Rodríguez Póo, que encabezó la delegación, acudió al Palacio de la Zarzuela acompañado por los miembros del Consejo de Dirección del INE.

Rodríguez Póo comentó a Su Majestad que el origen de la estadística está estrechamente ligado al Estado y que dicho vínculo permanece. “La estadística oficial realiza la importante misión de proporcionar a la sociedad datos de la más alta calidad, de forma independiente, que sirven para sustentar la toma de decisiones, y constituyen un elemento de gran importancia en una sociedad democrática”.

El presidente del INE destacó a Su Majestad la labor del Instituto como principal productor

de datos estadísticos en nuestro país, así como el importante papel que desempeña en el sistema estadístico internacional.

También señaló la adaptación de la institución para incorporar las emergentes fuentes de datos al proceso de producción de estadísticas. Una adaptación que se ha hecho más necesaria durante la pandemia, que “ha requerido disponer de información con mayor puntualidad y medir fenómenos nuevos”. Circunstancias a las que el INE “ha respondido de manera rápida y profesional”, según Rodríguez Póo.

También atendió la Audiencia Real el galardonado con el primer Premio Nacional de Estadística, Daniel Peña Sánchez de Rivera, profesor emérito de Estadística en la Universidad Carlos III y creador de nuevos métodos estadísticos con aplicaciones en la economía, la historia, la medicina y el medio ambiente. ●

El Club CDO otorga al INE el premio “Mejor Proyecto de Open Data 2020”

El Club Chief Data Officers (CDO) ha distinguido al Instituto Nacional de Estadística (INE) con el Premio al “Mejor Proyecto Open Data 2020”. El galardón ha resaltado las contribuciones a los repositorios de datos abiertos en España, así como el desarrollo y promoción de servicios web que favorecen la explotación e interoperabilidad de la información.

El club CDO también ha destacado la publicación de las nuevas estadísticas experimentales del INE y las aplicaciones que ilustran posibles casos de uso de los datos estadísticos con el fin de impulsar la generación de conocimiento y favorecer el desarrollo económico.

El director general de coordinación estadística y de estadísticas laborales y de precios, Miguel de Castro, recogió el premio, destacando el compromiso del INE con la estrategia nacional y europea de promoción de los datos

abiertos y la reutilización de las estadísticas. De Castro se refirió también a la importancia de la gobernanza de los datos como elemento fundamental para garantizar su calidad, subrayando la experiencia del INE en este ámbito.

Finalmente agradeció al Club CDO esta convocatoria y destacó el papel de este grupo como referente en la divulgación de buenas prácticas y la aportación de conocimiento a las tareas de gobierno del dato y la explotación analítica dentro de las organizaciones.

El Club CDO es una asociación compuesta por los Chief Data Officers de las principales empresas de nuestro país. Su objetivo es generar *networking* y proporcionar conocimiento a sus miembros para contribuir a la transformación digital de las compañías posicionando el dato como el elemento estratégico de las organizaciones. ●

El presidente del INE destaca que las estadísticas muestran las similitudes y diferencias entre géneros y orienta la toma de decisiones en este ámbito

El presidente del Instituto Nacional de Estadística (INE), Juan Manuel Rodríguez Póo, inauguró el 8 de marzo el acto virtual “hacia la igualdad efectiva de la mujer” organizado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

En su intervención citó la defensa del derecho a voto de las mujeres que realizó Clara Campoamor en las Cortes el día 1 de octubre de 1931, en concreto su referencia a las estadísticas sobre analfabetismo. Estas palabras, señaló Póo, “me han permitido ilustrar perfectamente la tarea fundamental que la Estadística Oficial debe desempeñar en cualquier sociedad moderna y democrática. Que es contribuir, a través la producción de datos de la máxima calidad, a un mejor conocimiento de esa sociedad, en su complejidad, en sus múltiples facetas, orientando al mismo tiempo la toma de decisiones públicas”.

Este es el objetivo, añadió, de la publicación “Mujeres y hombres en España”, que el INE elabora desde hace 15 años, que ofrece desde una perspectiva de género, una selección de indicadores relevantes que permiten analizar la situación de hombres y mujeres, en determinadas áreas sociales y económicas. Siguiendo la experiencia de España, la oficina estadística de la Unión Europea (Eurostat) lanzó en 2017 la publicación “La vida de las mujeres y los hombres en Europa. Un retrato estadístico”, en colabora-

ción con los Institutos Nacionales de Estadística de los Estados miembros y los países de la Asociación Europea de Libre Comercio. “Confío en que ambas publicaciones contribuyan en su medida a una causa justa como es la de la equidad entre hombres y mujeres”, concluyó Póo.

El acto virtual prosiguió con la mesa redonda “Hacia la igualdad efectiva: la mujer en España y en Europa” en la que participaron María Teresa Gómez Condado, Celia Tenés García y Adolfo Gálvez Moraleda, subdirector general de Difusión estadística del INE. En ella, Gálvez repasó algunas de las estadísticas que el INE produce y que contribuyen a cuantificar el grado de igualdad de las mujeres en distintos aspectos de la sociedad actual.

La clausura del acto corrió a cargo de la vicepresidenta tercera del Gobierno y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño, que afirmó que disponer de estadísticas es “fundamental” para conocer el mundo que nos rodea. Calviño señaló que la brecha salarial de género alcanza su máximo en los niveles directivos, aunque destacó que “se va cerrando y es menor en las generaciones más jóvenes”. “Hemos avanzado mucho, pero a este ritmo la igualdad real tardará muchos años, por lo que tenemos que hacer todo lo posible por acelerar el proceso para alcanzarla”, concluyó. ●



ENTREVISTA

Zurab Pololikashvili

“ESTA CRISIS NOS HA PRESENTADO UNA OPORTUNIDAD ÚNICA E INESPERADA PARA REPENSAR EL TURISMO”

**¿Cuál es la misión esencial de la Organización Mundial del Turismo?**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de las Naciones Unidas para impulsar el desarrollo sostenible a través del turismo. Lideramos un sector mundial que impulsa el desarrollo sostenible y crea oportunidades para muchos millones de personas en todo el mundo. Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros Estados Miembros para garantizar que el potencial del turismo se realice plenamente. Para ello, promovemos la colaboración –entre gobiernos y entre los sectores público y privado– y fomentamos la innovación. Al mismo tiempo, aprovechamos

nuestra posición e influencia únicas para abogar por el turismo al más alto nivel político, asegurándonos de que nuestro sector y los beneficios que ofrece siempre formen parte de la conversación y se incluyan en el proceso de toma de decisiones tanto a nivel nacional como internacional.

¿De qué manera ha tenido que adaptarse su actividad en un contexto como el causado por la crisis de la COVID-19?

La OMT ha mantenido su misión a lo largo de la crisis y hemos seguido avanzando en nuestro Programa de Trabajo. Por supuesto, nos

hemos adaptado a la situación. Los seminarios se han convertido en *webinars* y hemos trasladado gran parte de nuestras reuniones y encuentros al entorno digital. En esto no nos distinguimos de otros sectores económicos o ámbitos de gestión. Y es que el turismo no existe de espaldas a la realidad, como la pandemia ha demostrado desde su inicio con el turismo como uno de los sectores más perjudicados. La OMT ha liderado desde la primera línea y además hemos demostrado que se puede viajar internacionalmente de forma segura, siempre y cuando se respeten los protocolos impuestos por la nueva realidad. En la medida en que es seguro hacerlo, la OMT ha reanudado las visitas presenciales a los Estados Miembros, hasta el punto de que nuestro Consejo Ejecutivo de septiembre fue un evento híbrido, combinando la asistencia presencial y virtual, convirtiéndose en el primer evento de este tipo y de alto nivel para el turismo mundial desde el comienzo de la pandemia. Al mismo tiempo, hemos adaptado el apoyo práctico que ofrecemos a nuestros miembros, siempre atendiendo a sus peticiones específicas. No es momento para quedarse de brazos cruzados y así lo hemos demostrado.

El nuevo contexto es, sin duda, un escenario crítico de vulnerabilidad y cambio, pero el mundo que surge tras el final de esta crisis traerá consigo nuevas posibilidades también para el turismo. ¿Qué riesgos y qué nuevas oportunidades se abren en este nuevo horizonte?

Esta crisis nos ha presentado una oportunidad única e inesperada para repensar el turismo. Mientras la OMT lidera el reinicio mundial del turismo, nos aseguraremos de que la sostenibilidad, la innovación y la inclusión estén en el centro de cada plan de recuperación. Antes de la pandemia, el turismo había hecho grandes progresos en el cumplimiento de sus responsabilidades. Nuestro sector ha surgido como un impulsor clave de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), por ejemplo, y muchas partes del turismo han tomado medidas proactivas para hacer frente a los compromisos de acción climática, inclusión social, empleo digno, creci-

miento sostenible y accesibilidad, por nombrar algunos. Ahora tenemos la oportunidad de acelerar este progreso.

El riesgo más inmediato es que la confianza en los viajes internacionales siga siendo baja y solo empiece a recuperarse lentamente. Por esta razón, la OMT está trabajando en estrecha colaboración con los gobiernos, las organizaciones internacionales y las empresas para restablecer la confianza en los viajes y reiniciar así el turismo. Así, hemos iniciado el desarrollo de un marco jurídico internacional que proporcione una mayor protección a los turistas en calidad de consumidores, en caso de que sus viajes se vean afectados por circunstancias de emergencia. Será un gran paso, si recordamos que el turismo moviliza normalmente cada año a cientos de millones de personas a través de fronteras internacionales. También seguimos trabajando con los dirigentes políticos para asegurar que las restricciones a los viajes se suavicen o se levanten en la medida en que sea seguro hacerlo. Solo mediante un enfoque coordinado para reanudar el turismo de manera segura podremos aumentar la confianza de los consumidores y hacer que la gente se sienta preparada para viajar de nuevo.

Mientras la OMT lidera el reinicio mundial del turismo, nos aseguraremos de que la sostenibilidad, la innovación y la inclusión estén en el centro de cada plan de recuperación

¿Hasta qué punto resulta la estadística imprescindible en el desarrollo de la actividad de la Organización Mundial del Turismo?

Para toda organización internacional, el uso de datos estadísticos, que sean comparables entre países y a lo largo del tiempo, es crucial para poder identificar las tendencias más relevantes a nivel nacional, regional y global. Así, podemos guiar las áreas de acción, pero también

aportar datos y evidencias para que se tomen las mejores decisiones, desde gobernanza y gestión pública, o medición de la sostenibilidad hasta planes de implementación de nuevos proyectos, mercadeo y promoción. Las estadísticas son cruciales para desarrollar políticas eficientes y basadas en evidencia, tanto a nivel nacional como supranacional. En el caso de la Organización Mundial del Turismo, las estadísticas tienen un papel incluso más importante, ya que esta organización es la agencia dentro del sistema de Naciones Unidas que es responsable de la recolección, estandarización y diseminación de estadísticas de turismo.

La OMT está desarrollando un marco estadístico que permite la medición de la sostenibilidad del turismo de forma comparable geográfica y temporalmente, y coherente con otros estándares internacionales

Nuestra Cuenta Satélite del Turismo es el referente y somos la fuente por excelencia de estadísticas de turismo a nivel global. Es importante que las estadísticas de turismo se compilen y diseminen de acuerdo con los estándares internacionales de estadísticas de turismo, para así asegurar la comparabilidad entre países.

La actual crisis sanitaria y económica global ha puesto en evidencia la necesidad de reiniciar el turismo de una forma sostenible a través de políticas que tengan esta dimensión en cuenta. Para poder desarrollar políticas basadas en evidencia y monitorearlas, es necesario también poder medir de forma confiable la sostenibilidad del turismo. En este contexto, la OMT está desarrollando un marco estadístico que permite la medición de la sostenibilidad del turismo de forma comparable geográfica y temporalmente, y coherente con otros estándares internacionales como el Sistema de Cuentas Nacionales, las Cuentas Económico-Ambientales y las Cuentas Satélite de Turismo. En la era

post-COVID, es de suma importancia medir los aspectos no solo económicos del turismo, sino también los sociales y ambientales, para así poder diseñar políticas relevantes. Este marco, denominado MST (Measuring the Sustainability of Tourism), por sus siglas en inglés, hará que esto sea posible y la OMT trabajará en ayudar en la implementación en los países.

El desarrollo tecnológico en algunas áreas específicas, como la industria del dato, resultan también determinantes para el mapeo estadístico del turismo. ¿En qué medida el *big data* puede modificar nuestra forma de analizar la industria turística global?

En el turismo, la utilización de fuentes alternativas como *big data* ha estado instalada desde hace ya unos años. En 2017, Eurostat presentó en la última conferencia sobre Estadísticas de la OMT un documento¹ con ejemplos sobre cómo las estadísticas de turismo han utilizado este tipo de fuentes. Algunos países llevan ya varios años investigando e implementando este tipo de datos en la compilación de estadísticas oficiales de turismo. Dada la naturaleza del sector turístico, hay una gran cantidad de potenciales fuentes relacionadas a este sector. La actual crisis global ha generado mayores requerimientos de información para el monitoreo del impacto de la pandemia y de las políticas de recuperación, al mismo tiempo que ha puesto de manifiesto la necesidad de tener datos e indicadores casi en tiempo real. En este sentido, una de las principales ventajas del uso de *big data* es la de proveer información útil de forma casi instantánea, la cual se contrasta con ciertas fuentes más tradicionales como las encuestas, que pueden tomar meses en ser procesadas.

Debemos ver a las fuentes estadísticas tradicionales y aquellas relacionadas con *big data* como complementarias, teniendo en cuenta el alcance de cada una.

El sector turístico es pionero en la digitalización de actividades, y cada vez son más (no solo en número, sino también en proporción) las em-

¹ <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/8234206/KS-TC-17-004-EN-N.pdf>

presas y usuarios que utilizan estas plataformas. Cada vez son más también los países que utilizan fuentes de *big data* en la compilación de estadísticas oficiales de turismo. Por lo tanto, también es necesario que haya una buena colaboración entre el sector privado y público para poder acceder y procesar estos datos y que esto se haga de forma responsable con una clara política de confidencialidad y propiedad de este tipo de datos.

El pasado 20 de octubre se celebró el Día Mundial de la Estadística² con el lema “Conectando el mundo con datos confiables”. El papel de la estadística es crucial para dar sentido a estas nuevas fuentes de información y lograr que sean utilizadas de forma confiable, en línea con los estándares internacionales y, en consecuencia, de forma comparable entre países. Esto permitirá sacar el mayor provecho posible a estas nuevas tecnologías y fuentes desde el punto de vista del análisis.

Terminamos nuestras reuniones pidiendo a los entrevistados un esfuerzo de imaginación. ¿Cómo ve a la sociedad española dentro de 20 años? Denos un miedo, una prioridad y un deseo para España.

España no solo es un líder del turismo mundial, sino que también es la sede de la OMT. Estamos contentos de tener unos anfitriones tan generosos, y me anima el compromiso de España con el turismo y la adopción del sector como un mo-

tor de cambio positivo. Como el resto del mundo, no tengo dudas de que el turismo español se adaptará y recuperará. Además, debido a la forma en que el turismo afecta a casi todas las partes de nuestras sociedades, el sector puede ayudar a impulsar una recuperación más amplia

Debemos ver a las fuentes estadísticas tradicionales y aquellas relacionadas con big data como complementarias, teniendo en cuenta el alcance de cada una

de esta crisis, creando puestos de trabajo y apoyando a las empresas de todos los tamaños en toda España. La pandemia ha demostrado no solo la importancia, sino también la relevancia del turismo. Su incidencia en empleo ya no se pasa por alto. Y los intangibles, como el contacto social, se han vuelto concretos. Todo aquello que no podemos hacer durante la pandemia, es parte de la cadena de valor del turismo. Ahora tenemos la oportunidad de reiniciar el turismo de manera sostenible e innovadora, y allí las estadísticas serán un aliado crucial. Al igual que España, que reconoce todo esto y, por lo cual, no me cabe duda, que seguirá siendo un fuerte aliado de la OMT y un ejemplo de cómo, si se gestiona de forma responsable, el turismo puede crear oportunidades para todos. ●

2 <https://www.un.org/es/observances/statistics-day>

ZURAB POLOLIKASHVILI

Secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT) desde enero de 2018.

Anteriormente, ocupó funciones de alto nivel, tanto en el sector privado como en el público. Licenciado en formación bancaria, Pololikashvili adquirió una amplia experiencia en el sector privado, sobre todo en los mayores bancos de Georgia y como director general del principal equipo de fútbol del país, el FC Dinamo Tbilisi. También tiene experiencia en el sector público, como Viceministro de Asuntos Exteriores, Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de Georgia en España, Andorra, Argelia y Marruecos en 2006, y posteriormente fue Ministro de Desarrollo Económico de su país entre 2009 y 2010. En este cargo, Pololikashvili supervisó el desarrollo del turismo en Georgia, estableciendo el sector como un empleador líder y contribuyente al desarrollo económico nacional.

En la 23ª Asamblea General de la OMT, los Estados Miembros aprobaron por unanimidad su plan de acción para el turismo mundial, incluido el histórico Programa para África, y su enfoque en la promoción del turismo como motor de la igualdad de género, la creación de empleo y el desarrollo rural.

El presente y futuro de las estadísticas de turismo

Hernán Epstein

Director del departamento de Estadísticas de la OMT

Introducción

Las estadísticas de turismo desempeñan un papel fundamental en muchos países y regiones desde hace décadas y son de vital importancia para monitorear esta actividad, que, para algunos países como España, por ejemplo, supuso más del 12 por ciento del PIB total del país en 2019.

En comparación con las estadísticas de otras actividades económicas, la estandarización de las estadísticas de turismo a nivel global y su integración con los sistemas nacionales de estadísticas es un hecho relativamente reciente que se ha desarrollado en los últimos 20 años¹. A pesar de algunos esfuerzos de estandarización a nivel regional, anteriormente existían prácticas heterogéneas entre distintos países y regiones.

El objetivo principal de este artículo es el de familiarizar al lector con las estadísticas de turismo, y de alertar sobre las nuevas tendencias en este campo que pueden tener importancia en los próximos años.

El papel de los estándares internacionales

Los estándares estadísticos internacionales juegan un papel importantísimo en las estadísticas. Proporcionan conceptos, definiciones, clasificaciones, variables y unidades estadísticas armonizadas a nivel nacional e internacional. Sin ellos, no sería posible comparar estadísticas entre países, ni hablar de conceptos comunes como el PIB. La implementación de estos estándares,

como el Sistema de Cuentas Nacionales, permite al usuario entender al instante un único concepto de PIB, medido de manera homogénea. Por tanto, estos estándares tienen un doble rol de crear —mediante un consenso internacional— un lenguaje común para la comunidad estadística y en la comunidad de usuarios, asegurando al mismo tiempo la comparabilidad temporal y geográfica de las estadísticas y garantizando su credibilidad.

Existen actualmente en el campo de las estadísticas de turismo dos estándares internacionales: las Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Turismo, 2008² (RIET 2008), y la Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual, 2008³ (CST: RMC 2008). El primero se encarga principalmente de definir los conceptos básicos del turismo desde un punto de vista científico y estadístico, y de sentar las bases para medirlos: ¿A qué nos referimos cuando decimos turismo? ¿Qué es un turista? ¿Cuáles son las industrias turísticas? Las RIET 2008 establecen las bases para medir el gasto de turismo, las llegadas internacionales, el empleo en industrias turísticas, y muchos indicadores más.

El segundo, por otra parte, surge de la necesidad de medir la contribución económica del turismo en relación, por ejemplo, al PIB o al empleo. El turismo es un fenómeno que se mide desde el punto de vista de la demanda. Según las RIET 2008, el turismo hace referencia a las actividades de un tipo de consumidor, el visitante, definido como “una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado”.

¹ Para más información sobre el desarrollo histórico, ver el Capítulo 1 de Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual, 2008: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf

² Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Turismo, 2008: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf

³ Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual, 2008: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf

En este sentido, es imposible definir al turismo como una industria o un conjunto de industrias. Por ejemplo, la industria de la restauración sirve tanto a visitantes como a no visitantes. Esta industria es parte del sector turístico, pero no en su totalidad ya que conceptualmente dentro del turismo debería contabilizarse solo la porción que sirve a los visitantes. Lo mismo ocurre con la industria del transporte de pasajeros, el comercio minorista, e incluso los servicios de hospedaje. De aquí surge la necesidad de desarrollar una Cuenta Satélite del Turismo. El Sistema de Cuentas Nacionales, que permite una desagregación a nivel de industrias, no es suficiente para medir la contribución del turismo como sector de la economía y se requiere de esta herramienta

añadida que permite destilar del componente turístico de las varias industrias que sirven productos y servicios a los visitantes

Los principales indicadores y fuentes de las estadísticas de turismo

Las RIET 2008 definen tres principales formas de turismo: el turismo interno, emisor y receptor. El turismo interno se refiere a las actividades de visitantes residentes en el país de referencia, como parte de un viaje turístico. De forma similar, el turismo emisor (receptor) se refiere a las actividades de visitantes residentes (no residentes) fuera (dentro) del país de referencia, como parte de un viaje turístico. Cada uno de estos tipos de

CUADRO I. PRINCIPALES FUENTES ESTADÍSTICAS DE INDICADORES BÁSICOS DE TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL

Áreas de medición: Ejemplos de indicadores	Tipos de fuentes estadísticas						
	Encuestas de hogares	Encuestas de establecimientos	Encuestas de fronteras	Otras encuestas	Datos administrativos	Censos	Fuentes de big data
Flujos turísticos internacionales: Llegadas y salidas de visitantes no-residentes		Encuestas de establecimientos de alojamiento	Encuestas de fronteras (p.ej., aeropuertos)		Registros de Departamento de Inmigración, registros de compañías de transporte		Datos de teléfonos móviles, plataformas online de reserva de vuelos y alojamiento, otros
Característica de visitantes internacionales: Visitantes por motivo principal del viaje			Encuestas de fronteras	Encuestas en atracciones turísticas, en mercados de origen	Registros de control de pasaporte (a veces incompleto)		
Turismo interno: Viajes / gasto de turismo interno	Encuestas de hogares de turismo	Encuestas de establecimientos de alojamiento					Datos de teléfonos móviles, plataformas online de reserva de vuelos y alojamiento, otros
Gasto receptor: Gasto total de turismo receptor			Encuestas de fronteras				Datos de tarjetas de crédito, datos de puntos de venta, otros
Gasto emisor: Gasto total de turismo emisor	Encuestas de hogares de turismo		Encuestas de fronteras				Datos de tarjetas de crédito, datos de puntos de venta, otros
Industrias turísticas: Total de establecimientos; capacidad de alojamiento	Encuestas de hogares para capturar el sector informal	Encuestas a establecimientos de industrias turísticas			Registros de empresas	Censo económico	Plataformas online de reservas de alojamiento, otros
Empleo: Total de empleados en las industrias turísticas	Encuestas de Población Activa	Encuestas a establecimientos de industrias turísticas			Registros de seguridad social, registros de empleo	Censos de población	

Nota: en gris las principales fuentes, en verde claro fuentes secundarias/complementarias.

turismo presenta diferentes desafíos y especificidades desde el punto de vista de la medición.

Adicionalmente, las Cuentas Satélite de Turismo (CST) permiten calcular la contribución directa del turismo a la economía nacional. El principal indicador proveniente de la CST, y el más utilizado normalmente, es el PIB turístico directo, que permite estimar la contribución directa del sector a la economía. El PIB turístico también es parte del marco global de indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), puntualmente el indicador 8.9.1. La Organización Mundial del Turismo (OMT) recolecta información sobre la contribución del turismo en la economía y sobre los indicadores ODS relacionados al turismo⁴.

La CST permite también estudiar las interdependencias del turismo con otros sectores a través de la posibilidad de vinculación con el Sistema de Cuentas Nacionales. De esta forma, la CST es el primer paso necesario para estudiar también los efectos indirectos e inducidos del turismo en la economía, también conocido como el efecto multiplicador del turismo. Los efectos indirectos incluyen, por ejemplo, la actividad generada por la necesidad de abastecer al sector turístico a través de ciertos productos y servicios. Los efectos inducidos incluyen el consumo resultante de los ingresos y empleos generados por el turismo.

El cuadro I presenta algunos de los principales indicadores básicos de turismo a nivel internacional y las correspondientes fuentes de información utilizadas para su compilación. Esta información es también utilizada para la compilación de las Cuentas Satélites de Turismo, en conjunto con información proveniente de Cuentas Nacionales. La OMT compila un conjunto exhaustivo de datos sobre turismo, que constituye la base de datos de turismo⁵ más completa a nivel global. También encontrarán los Perfiles de países⁶, una serie de reportes de datos de turismo por país.

Una de las métricas más utilizadas, y de mayor disponibilidad a nivel global son las llegadas internacionales. Su popularidad se debe a la facilidad de obtener esta información (en muchos países a través de registros administrativos), y a su utilidad para monitorear el turismo receptor con alta frecuencia (p. ej., de forma mensual).

Por otro lado, otras métricas como, por ejemplo, aquellas relacionadas al turismo interno, tienen una cobertura geográfica a nivel global relativamente baja en comparación. Esto se debe a que estos indicadores requieren, entre otros, del uso de encuestas de hogares dedicadas al turismo específicamente o, alternativamente, encuestas que incluyen módulos sobre turismo. Por ende, para poder medir el turismo interno (y otras formas de turismo en general) es necesario que haya una voluntad política importante al respecto, y la existencia de recursos dedicados específicamente a esto. La reciente importancia que ha tomado el turismo doméstico a nivel global como resultado de la pandemia⁷, podría generar un mayor compromiso para la medición de este tipo de turismo.

Principales tendencias en las estadísticas de turismo

El brote de la pandemia COVID-19 supuso una crisis sanitaria mundial sin precedentes que ha afectado a todos los sectores de la sociedad y la economía. La repercusión de la pandemia ha hecho que el turismo sea especialmente vulnerable, convirtiéndose en el sector más golpeado hasta la fecha. Además de una caída nunca vista en los principales indicadores relacionados al turismo a nivel global, se han observado ciertos cambios de paradigma desde el punto de vista de las estadísticas de turismo.

En primer lugar, la crisis de la COVID-19 ha creado una mayor necesidad de obtener estadísticas de turismo de forma casi instantánea para alimentar un monitoreo de la situación y el efecto de las políticas implementadas como respuesta a la crisis en tiempo (casi) real. En este sentido,

4 Economic contribution of tourism and beyond: <https://www.unwto.org/statistic-data-economic-contribution-of-tourism-and-beyond>

5 Disponible a través de: <https://www.unwto.org/tourism-statistics-data>

6 Perfiles de países: <https://www.unwto.org/statistics/country-fact-sheets>

7 Ver <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo>

los indicadores compilados a través de encuestas normalmente requieren de tiempo para procesarlas que pueden significar un retraso en su publicación y disponibilidad. Por lo tanto, el uso de datos administrativos y nuevas fuentes, como las de *big data*, pueden desempeñar un papel importante para satisfacer esta nueva necesidad.

El alto grado de digitalización de las operaciones del sector turístico, con grandes plataformas de reserva de servicios de alojamiento o transporte, convierte el *big data* en una excelente alternativa para complementar otras fuentes en la compilación de indicadores de turismo, y así agilizar su publicación. Existen muchos ejemplos del uso de este tipo de fuentes en estadísticas oficiales de turismo, incluyendo en turismo doméstico, gasto turístico y la capacidad de alojamiento⁸. Eurostat está actualmente implementando un proyecto piloto para el uso de datos provenientes de plataformas de reserva de alojamiento para medir la capacidad de alojamiento de los países⁹. Asimismo, cada vez hay más países implementando el uso de este tipo de fuentes y datos administrativos en la compilación de estadísticas de turismo. La COVID-19 ha acentuado esta tendencia.

Con políticas más amplias, es también necesario medir al turismo desde el punto de vista de su sostenibilidad, teniendo en cuenta sus dimensiones económica, social y ambiental. A medida que el sector turístico busca reiniciarse de una forma más sostenible, la necesidad de medir aspectos que van más allá de lo económico y de flujos físicos en turismo ha crecido también.

Al mismo tiempo, los estándares estadísticos existentes en el área de turismo se centran en la medición de la dimensión económica del turismo. Por lo tanto, es necesario desarrollar un nuevo estándar que indique cómo medir otros aspectos del turismo, como por ejemplo los impactos sociales y las dependencias e impactos ambientales que esta actividad puede tener.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), conjuntamente con la División de Estadísticas de

la Naciones Unidas y países líderes como Austria, Italia y Países Bajos, ha estado liderando el proceso de desarrollo de un marco estadístico¹⁰ que permita medir la sostenibilidad del turismo de una forma comparable geográficamente y en línea con otros estándares estadísticos como las RIET, la CST y el Sistema de Contabilidad Ambiental y Económica (SCAE). Este marco cubre las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, social y ambiental; y encuadra los distintos alcances geográficos posibles: a nivel local (subnacional), nacional, y supranacional (p. ej., global). Este marco será presentado frente a la Comisión Estadística de Naciones Unidas para su aprobación como un estándar estadístico internacional.

El marco es amplio y permite una implementación modular según prioridades y circunstancias de cada país. Varios países han comenzado ya a implementar partes de este marco estadístico, a través de estudios piloto. Hasta la fecha, ha habido trece pilotos de países en distintas regiones, incluyendo cinco de Europa¹¹, y más están en proceso de elaboración. El informe “Experiences from pilot studies in measuring the sustainability of tourism”¹² publicado por la OMT en septiembre de 2020, presenta ejemplos provenientes de once de estos estudios piloto. Estos pilotos han medido aspectos como el consumo de agua o energía del sector turístico, las emisiones de gases de efecto invernadero del sector, o la brecha salarial de género en las industrias turísticas.

La importancia de desarrollar e implementar un marco estadístico de esta índole es doble, para: a) guiar y apoyar a los países en la medición de estos aspectos del turismo para generar información comparable y creíble, y b) asegurar la calidad y comparabilidad de los datos compilados por distintos países. La finalización e implementación de este marco estadístico permitirá guiar y monitorear las políticas relacionadas al turismo sostenible en todas sus dimensiones y de forma periódica y consistente. ●

⁸ Algunos ejemplos en <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/8234206/KS-TC-17-004-EN-N.pdf>

⁹ Ver https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_194

¹⁰ Para más información: <https://www.unwto.org/standards/measuring-sustainability-tourism> (en inglés).

¹¹ Alemania, Austria, Holanda, Italia y Suecia.

¹² <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-09/Experiences-from-pilot-studies-in-Measuring-the-Sustainability-of-Tourism.pdf> (en inglés).

Nuevas fuentes de información para la medición del turismo

Las nuevas fuentes de información ofrecen un gran potencial en el ámbito del turismo. De ellas se pueden obtener datos con una puntualidad y con un nivel de detalle necesario para los usuarios al que las actuales operaciones por muestreo, de una calidad innegable, nunca podrán llegar.

Belén González Olmos

Subdirectora General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

María Velasco Gimeno

Subdirectora Adjunta de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

Según la Cuenta Satélite del Turismo de España, el turismo representó un 12,4% del PIB y generó un 12,9% del total de puestos de trabajo en 2019. Hablamos, por tanto, de un sector cuyo seguimiento recibe una amplia atención por parte de los agentes económicos y sociales tanto nivel nacional e internacional, pero también en el ámbito regional y local.

Los datos generados por fuentes de información adicionales a las estadísticas tradicionales ofrecen mejoras en la relevancia, oportunidad y puntualidad de los productos ofrecidos bajo el paraguas de la calidad de la estadística oficial

Debido a su importancia como motor de arrastre económico que genera economías de escala y favorece el desarrollo económico y social de las regiones, se hace también necesario contar con un completo y eficiente sistema integrado de estadísticas de turismo que proporcione cada vez datos más desagregados, fiables y puntuales.

España cuenta con un completo Sistema de estadísticas de turismo conformado básicamen-

te por estadísticas de oferta (principalmente las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos) y estadísticas de demanda, que estiman los flujos de visitantes internacionales que recibimos cada mes (FRONTUR) y su gasto asociado (EGATUR) así como la actividad turística de los residentes, tanto dentro de España como al extranjero (ETR/Familitur). La Cuenta Satélite del Turismo sintetiza además ambas perspectivas.

Las estadísticas oficiales elaboradas por el INE están plenamente adaptadas al marco de trabajo desarrollado por los manuales y recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo [1 y 2] y de Eurostat [3], por lo que cuentan con una base metodológica armonizada a nivel internacional y un nivel de calidad ampliamente reconocido. Además, el componente interregional del turismo hace de la comparabilidad un rasgo esencial de la calidad de los datos.

Sin embargo, en un contexto europeo de gran movilidad de la población, de ausencia de fronteras y de cambios en el comportamiento de los consumidores, las necesidades de información son muchas y el sistema debe prepararse para incorporar las nuevas fuentes de información disponibles.

Los datos generados por fuentes de información adicionales a las estadísticas tradicionales ofrecen mejoras en la relevancia, oportunidad y puntualidad de los productos ofrecidos bajo el paraguas de la calidad de la estadística oficial.

Muchas de ellas están siendo exploradas en mayor o menor medida y han permitido incorporar información de fuentes de datos auxiliares en las operaciones estadísticas relativas al turismo llevadas a cabo en el INE permitiendo la publicación de nuevas estadísticas experimentales relativas en este ámbito.

A continuación, se presenta un breve resumen de las tres nuevas estadísticas experimen-

tales en desarrollo a partir de nuevas fuentes de datos, conocidas genéricamente como *big data*. Todas ellas se enmarcan dentro del camino iniciado ya en el INE con otros proyectos similares de utilización y aprovechamiento de nuevas fuentes de información, para un mejor conocimiento de distintos campos de la sociedad, pero manteniendo los principios de privacidad y preservación del secreto estadístico, intrínsecos en el desarrollo del trabajo del INE:

1. Distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España con información de transacciones bancarias realizadas con tarjetas.
2. Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad.
3. Medición del Turismo Nacional y Receptor a partir de la posición de los teléfonos móviles.

Distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España con información de transacciones bancarias realizadas con tarjetas¹

Una de las nuevas fuentes de información de gran interés en el marco de las estadísticas de turismo son los registros de las transacciones bancarias efectuadas con tarjetas de crédito o débito. En concreto, por las transacciones bancarias realizadas a través de tarjetas por los visitantes en sus viajes o excursiones; tanto con destino alguna comunidad autónoma de España para los visitantes no residentes en el territorio nacional, como con destino algún país en el extranjero para los visitantes residentes en el territorio nacional. Estas transacciones bancarias incluyen transacciones realizadas a través de tarjeta de manera presencial, es decir pagos realizados a través de TPV (Terminal Punto de Venta), así como retiradas de efectivo en cajeros.

Esta información ha permitido publicar la estadística experimental “Distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus vi-

sitas a España”, en el mes de diciembre de 2020.

Actualmente el INE publica los datos de gasto turístico a partir de la información recogida en EGATUR, proporcionando información relativa al gasto turístico realizado por los principales mercados emisores de turistas a España, y desagregado por las comunidades autónomas de destino principal de sus viajes.

Con esta estadística experimental se incrementa notablemente el número de países para los que se proporciona información, y se detalla el **gasto real** realizado en cada comunidad autónoma.

Una de las nuevas fuentes de información de gran interés en el marco de las estadísticas de turismo son los registros de las transacciones bancarias efectuadas con tarjetas de crédito o débito

El INE utiliza información agregada y anonimizada sobre las transacciones realizadas con tarjetas bancarias, no teniendo acceso en ningún momento a información relativa a la tarjeta utilizada ni al titular de la misma.

Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad²

Se puede afirmar que una de las principales lagunas estadísticas del actual sistema de estadísticas de turismo en España ha sido tradicionalmente el sector del alojamiento no reglado o las viviendas de uso turístico.

En España se disponen de estadísticas de calidad tanto de oferta como de demanda, que permiten cuantificar el alojamiento reglado en establecimientos colectivos. Pero no ocurre lo mismo con el alojamiento privado, que se

¹ En este número de la Revista *Índice* se incluye un artículo explicando de manera más detallada la metodología aplicada.

² En este número de la Revista *Índice* se incluye un artículo explicando de manera más detallada la metodología aplicada.

analiza solamente desde la perspectiva de las estadísticas demanda, y apenas existe información desde el punto de vista de la oferta.

Esto impide disponer de un buen contraste de la información y una visión completa del sector que permita cuantificar el número de viviendas, su distribución, su uso y, en definitiva, su impacto económico.

El continuo crecimiento de la capacidad para procesar y analizar los inmensos volúmenes de datos (big data) está creando toda una nueva gama de fuentes de datos que no puede ser ignorada por el sistema de estadísticas oficiales

Además, en los últimos años ha tenido lugar un crecimiento significativo de esta tipología de alojamiento debido en gran manera a la aparición de las llamadas plataformas digitales de alojamientos turísticos, teniendo un efecto no solo en la oferta, sino también en la demanda. Este hecho ha revelado la necesidad de medición de este fenómeno, teniendo que abordarse por vías alternativas a las tradicionales encuestas de ocupación.

Por otra parte, el Reglamento (CE) nº 692/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de julio de 2011, relativo a las estadísticas de turismo, exige facilitar información relativa a los distintos tipos de establecimientos de alojamientos turísticos. Este requerimiento no se está cumpliendo en lo que a las viviendas de uso turístico se refiere.

Por estos motivos se ha desarrollado un proyecto en el INE, que mediante técnicas de *web scraping* se ha obtenido información de las principales plataformas con presencia en España para conocer la oferta de este tipo de alojamiento. Además se ha desarrollado un algoritmo para contabilizar una única vez viviendas que se anuncian en varias plataformas a la vez ('algoritmo de deduplicado').

Con esta estadística experimental se dispone de información sobre el número de viviendas turísticas ofertada en las plataformas, así como su capacidad medida en plazas y se calcula además el porcentaje de viviendas turísticas sobre el total de viviendas existentes (según el Censo de 2011). La información se publica a un nivel geográfico muy detallado, aplicando siempre técnicas que preservan el secreto estadístico y la confidencialidad.

Por otro lado, el INE está participando en un proyecto innovador liderado por Eurostat, donde se ha firmado un acuerdo de colaboración con las principales plataformas digitales a nivel europeo por el cual Eurostat recibe datos agregados de ocupación en viviendas turísticas facilitados por dichas plataformas [4]. Al mismo tiempo, Eurostat ha firmado un acuerdo con las oficinas de estadística de los Estados Miembros, por el cual cederá a dichas oficinas la información ya integrada de dichas plataformas. Este proyecto permitirá al INE publicar la información relativa a España de variables de ocupación en viviendas turísticas.

Medición del Turismo Nacional y Receptor a partir de la posición de los teléfonos móviles

Afortunadamente, la tecnología está evolucionando y muchas herramientas o dispositivos han entrado en la vida diaria de los ciudadanos. Este hecho, combinado con la disminución de los precios al utilizar estos dispositivos y el continuo crecimiento de la capacidad para procesar y analizar los inmensos volúmenes de datos (*big data*) está creando toda una nueva gama de fuentes de datos que no puede ser ignorada por el sistema de estadísticas oficiales.

Las operadoras de telefonía móvil captan la señal de sus usuarios a través de las antenas pudiendo monitorizar la traza que van dejando estos en sus movimientos. Esta información es de gran utilidad para mejorar las estimaciones que hacen las encuestas de demanda turística [5].

La contratación por parte del INE de tres operadores de telefonía móvil para la elaboración de información agregada y anonimizada sobre movimientos turísticos de la población residente en España dentro del territorio nacio-

nal y al extranjero, y de la población no residente en España dentro del territorio nacional a partir de datos de posicionamiento de teléfonos móviles tiene como objetivo primordial mejorar a la información disponible sobre este ámbito y que el INE ya publica con los resultados de la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR) y FRONTUR.

La mejora será tanto en la granularidad de la información en cuanto al detalle geográfico, como en la reducción del tiempo en el que la información estará disponible para los usuarios. Además, habrá un incremento en la precisión de los resultados, al calcularse en base a un mayor volumen de datos y no solo con información procedente de la muestra de las encuestas antes mencionadas, reduciendo así sesgos metodológicos y garantizando la solidez de la información.

Las variables objeto de estudio serían los viajes, las pernoctaciones, las etapas y las excursiones tanto de los turistas residentes en España, como de los extranjeros que viajan a nuestro país.

En síntesis, el objetivo de este estudio es conocer de forma agregada, a través del posicionamiento de los teléfonos móviles, mediante eventos activos y pasivos captados por las antenas de telefonía,

1. La procedencia de los turistas extranjeros que visitan las distintas comunidades autónomas, provincias y municipios.
2. Los patrones de comportamiento turístico (movimientos) asociados a cada nacionalidad.
3. La procedencia y destino de los turistas y excursionistas residentes que visitan

las distintas comunidades autónomas, provincias y municipios.

4. La procedencia y país/países que visitan los turistas y excursionistas residentes en sus viajes al extranjero.

El proyecto, que está en una fase inicial, tendrá una difusión bajo el paraguas de las estadísticas experimentales, si bien tiene como objetivo final la incorporación de esta información en el proceso de tratamiento de información de la ETR y FRONTUR.

El aprovechamiento de los datos de posicionamiento de los móviles en estas dos operaciones estadísticas tendrá diversas implicaciones que se traducirán en mejoras en línea con los principios del Código de Buenas Prácticas. Una de ellas será la reducción de los tamaños muestrales, ya que solo se necesitará información adicional para la caracterización de los viajes (tipo de alojamiento, transporte, motivo, actividades realizadas, gasto...). Otra mejora que se prevé es el incremento de la granularidad geográfica de los datos publicados o ampliación de los países emisores de visitantes de los que se dispondrán datos, que ahora no pueden difundirse por las limitaciones de los tamaños muestrales. Y añadiríamos, además, una mejora en la puntualidad de la publicación de los resultados. Por ejemplo, la ETR en la actualidad publica resultados trimestrales (incluye datos mensuales) 90 días después de haber finalizado el trimestre de referencia. El INE dispondrá de los datos de telefonía móvil unos 10 días después de finalizar el mes de referencia, por lo que tras su tratamiento y validación, los resultados podrán publicarse con una reducción más que significativa respecto a la situación actual. ●

REFERENCIAS

- [1] OMT, Recomendaciones internacionales para las estadísticas de turismo (RIET, 2008).
- [2] OMT, International Recommendations for Tourism Statistics 2008 Compilation guide, (2014).
- [3] Methodological manual for tourism statistics – Version 3.1 (2014).
- [4] https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_194
- [5] Eurostat, Ahas R., Armoogum J., Esko S., Ilves M., Karus E., Madre J.L., Nurmi O., Potier F., Schmücker D., Sonntag U., Tiru M. (2014), Feasibility Study on the Use of Mobile Positioning Data for Tourism Statistics, Consolidated Report, Publications Office of the European Union.

Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad

Belén González Olmos

Subdirectora General de la Subdirección General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

Carlos Fullea Carrera

Jefe de Área de la Subdirección General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

Alfonso Fernández Bes

Director de Programa de la Subdirección General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

Introducción

Con este proyecto, el INE continúa el camino ya iniciado con otros proyectos similares, de utilización y aprovechamiento de nuevas fuentes de información conocidas como *big data*, para un mejor conocimiento de distintos campos de la sociedad, pero manteniendo los principios de privacidad y preservación del secreto estadístico intrínsecos en el desarrollo del trabajo del INE.

Una de las principales lagunas del actual sistema de estadísticas de turismo en España por el lado de la oferta han sido las viviendas de uso turístico. Según las encuestas de frontera, cerca de un 15% de los turistas no residentes que llegan a España y que utilizan alojamientos de mercado se alojan en viviendas de este tipo; para el turismo residente este porcentaje llega a más de un 20%, según la Encuesta de Turismo de Residentes. El número de turistas que utilizan este tipo de viviendas ha ido creciendo año a año, debido entre otras razones, al desarrollo de las compañías aéreas de bajo coste y a las posibilidades que las nuevas tecnologías brindan para contratar servicios turísticos.

Con el auge que han tenido en los últimos años las plataformas de alojamiento turístico,

la oferta y la demanda de este tipo de alojamientos han crecido de manera considerable en los últimos años. Muchas ciudades y barrios están cambiando su idiosincrasia debido al aumento de viviendas de este tipo, y es por esto que el análisis y estimación del número de este tipo de viviendas turísticas se ha vuelto fundamental, siendo muchos los usuarios que demandan esta información desde hace tiempo.

Las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos que incluyen hoteles, apartamentos, campings y alojamientos rurales dan respuesta al reglamento 692/2011 de la Unión Europea. Este reglamento exige remitir información mensual a Eurostat de las siguientes categorías de la CNAE: 55.1 (Hoteles y alojamientos similares), 55.2 (Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia) y 55.3 (Campings y aparcamientos para caravanas). Para proporcionar la información referente a cada una de estas categorías, se utilizan las encuestas de ocupación mencionadas. Sin embargo, dentro de la categoría 55.2 se encuentran incluidas también las denominadas viviendas de uso turístico, de las que hasta el momento no se dispone de información suficiente que nos permita analizar el impacto que tienen en el sector turístico y mejorar la calidad de los datos sujetos a reglamento. Esta problemática es común en la mayoría de los países europeos y es por eso que Eurostat ha comenzado un piloto con cuatro de las principales plataformas de alojamiento turístico para recuperar esta información.

Desde hace meses, la S. G. de Estadísticas de Turismo, Ciencia y Tecnología del INE empezó a moverse para tratar de recoger información para poder elaborar una estimación de este tipo de viviendas. La primera medida fue contactar con los responsables en materia turística de cada comunidad autónoma, para recabar la información concerniente a este tipo de viviendas de cada una de ellas. La respuesta a este

ejercicio no fue del todo satisfactoria, ya que algunas de las comunidades no disponían de un directorio de vivienda turística y otras lo tenían desactualizado. Por otro lado, desde finales de 2019 se empezaron a desarrollar programas de *web scraping* que extrajeran la información de alojamientos turísticos de las principales plataformas de alojamiento turístico, con el objetivo de ejecutar una estadística experimental que proporcionara el número de viviendas turísticas presentes en España y su capacidad.

Extracción de los alojamientos mediante *web scraping*

El uso constante de internet por parte de la población provoca que haya una gran cantidad de información en la red disponible para ser utilizada. La utilización de esta nueva fuente para generar estadísticas puede tener un beneficio potencialmente alto, tanto en reducciones de costes y de carga a los informantes, como de acceso a información que sería de difícil acceso de otra forma. Una de las principales técnicas para obtener información procedente de la red, es el *web scraping*, que se trata de una técnica que utiliza programas de *software* para extraer información de sitios *web*. Se basa fundamentalmente en recorrer y captar la información de una página *web*, analizando la estructura particular propia del diseño de cada página y creando un conjunto de datos estructurados que puedan ser almacenados y analizados en una base de datos.

Se ha utilizado esta técnica para obtener la oferta *online* de viviendas de uso turístico en el territorio nacional. Para ello se han diseñado programas de *web scraping* específicos para tres plataformas *web* (Airbnb, Booking y Vrbo), que recorren de forma inteligente el entorno *web*, y extraen únicamente la información necesaria para la estadística.

El proceso de captura de la información se compone principalmente de dos fases. Una inicial que lista todos los alojamientos presentes en el territorio nacional y extrae variables básicas como el identificador del alojamiento, el nombre del anuncio o la url. Y una segunda fase que recorre cada anuncio a partir de la url

extraída en la primera fase y en la que se extraen las variables necesarias para la caracterización de cada alojamiento, como el número de licencia, el nombre, la capacidad o el número de dormitorios, entre otras.

La búsqueda de los alojamientos en las plataformas se ha implementado de dos maneras. Mientras que en una de las plataformas ha sido necesario realizar la búsqueda mediante literales de provincias, en las otras dos se ha utilizado un proceso que divide el territorio nacional en celdas de 10x10 km sobre las que se realizaban las peticiones. Por otro lado, como las plataformas disponen de un límite de alojamientos que mostrar en cada búsqueda, en casos en los que este se supere, en la primera plataforma se aplican filtros en la *web* que permiten bajar el nivel de alojamientos por debajo de este límite. En las otras dos plataformas, se divide la celda en cuatro y se vuelve a repetir la búsqueda sobre las nuevas celdas, así hasta conseguir un conjunto de celdas que estén todas por debajo de ese límite.

Desde finales de 2019 se empezaron a desarrollar programas de web scraping que extrajeran la información de alojamientos turísticos de las principales plataformas de alojamiento turístico, con el objetivo de ejecutar una estadística experimental

Selección de la vivienda turística

En España, no hay una legislación común sobre los tipos de alojamientos turísticos. Este cometido está trasladado a las comunidades autónomas y cada una ella clasifica los alojamientos siguiendo sus propios criterios. Respecto a la vivienda turística, son pocas las comunidades que tenían una legislación propia para este tipo de viviendas hace unos años. Ha sido con el auge de las plataformas, cuando se han visto en la necesidad de legislar sobre este tipo de alojamiento. Así, por ejemplo, en

Canarias tenemos las viviendas vacacionales, en Andalucía las viviendas con fines turísticos y en La Rioja las viviendas de uso turístico.

Las plataformas de las que se extrae la información no solo anuncian alojamientos de vivienda turística, sino que tienen alojamientos de todo tipo, como hoteles, casas rurales, campings o albergues, entre otros. Por otro lado, en los últimos años, las plataformas han empezado a incorporar entre los datos que debe proporcionar cada propietario la licencia del establecimiento. No todos los alojamientos de las plataformas disponen de esta información, pero sí un conjunto amplio sobre el que se puede clasificar cada alojamiento en su tipología de acuerdo a este dato.

De este modo, se ha desarrollado un algoritmo que selecciona la vivienda turística en función de la licencia que declaran los propietarios previamente normalizada. Sobre aquellos alojamientos de los que no se dispone la licencia, la selección de vivienda turística se lleva a cabo utilizando el subtipo del alojamiento reportado en cada comunidad, tratando de cometer el mínimo error posible y

seleccionando únicamente aquellos subtipos que proporcionen una mayor proporción de alojamientos clasificados en la tipología de vivienda turística propia de cada comunidad autónoma.

Desduplicado de alojamientos

Muchos de los propietarios que quieren disponer de su vivienda para el alojamiento vacacional, deciden publicitar la misma en varias plataformas con el objetivo de darle más visibilidad. Si se suman directamente las viviendas turísticas extraídas de las plataformas, se estaría sobreestimando de manera muy notable el número de estas. Por este motivo, ha sido imprescindible desarrollar un algoritmo que compare las viviendas descargadas de cada plataforma y determine si el alojamiento está presente en más de una.

El algoritmo desarrollado utiliza como variable principal la licencia de los alojamientos, si dos alojamientos de una misma plataforma tienen la misma licencia, se considera que son



el mismo y por lo tanto se excluye uno de ellos del conjunto final analizado. Como no todos los alojamientos tienen la licencia definida, es preciso utilizar otra metodología que permita comparar alojamientos sin licencia entre sí, o con otros en los que sí viene declarada.

Para esta segunda parte del algoritmo, se utilizan variables como el nombre del alojamiento, el nombre del anfitrión, la capacidad, el subtipo o la distancia entre alojamientos, entre otras. Cada una de estas variables tiene una aptitud diferente para desduplicar. Por poner dos ejemplos, es mucho menos probable que dos anfitriones se llamen igual, a que dos viviendas coincidan en el número de plazas que ofertan; también es menos probable que dos anfitriones hablen ruso, a que el subtipo de dos alojamientos sea casa. Después de un análisis individual de cada una de las variables extraídas y de un análisis conjunto mediante ficheros de prueba definidos para diseñar el algoritmo, se definieron una serie de pesos para cada variable que minimizaban tanto el número de alojamientos duplicados que se añaden al conjunto final, como los no duplicados que se dejan de añadir. De este modo, en las comparativas entre dos alojamientos, se definió que si, por ejemplo, los dos tienen el mismo subtipo se les daba un peso de 150, pero si los alojamientos estaban a una distancia de menos de 100 metros se le daba un peso de 1200 debido a la menor probabilidad de este caso. Así, el algoritmo compara todas las variables de dos alojamientos, y se suman los pesos de todas aquellas que coincidan, si esta suma sobrepasa un valor límite, se consideran que son duplicados y por tanto uno de los alojamientos no se incorpora al conjunto final.

Las comparaciones entre alojamientos se realizan a nivel municipio y plataforma a plataforma. Es decir, primero se seleccionan los alojamientos seleccionados como vivienda turística de la primera plataforma y se incluyen todos en el conjunto final. Después, para el mismo municipio se seleccionan las viviendas de la segunda de las plataformas y se compara una a una con los de la primera. Si en algún caso alguna de las viviendas ya estuviera en la primera plataforma, se elimina y no se incluye en el conjunto final. Este proceso se repite, para todos los municipios. Una vez se hayan

comparado las dos primeras plataformas, se incorpora la tercera, y se realiza el mismo procedimiento comparando con las dos primeras.

Resultados

Una vez se ejecutan estas tres partes del proceso, se obtiene un conjunto final con la unión de las viviendas turísticas de las tres plataformas y habiendo eliminado las viviendas duplicadas. Este conjunto final, dispone para cada vivienda del número de plazas y de una localización geográfica a todos los niveles que permite la generación de las tablas de resultados finales.

La granularidad geográfica alcanzada es uno de los puntos fuertes de esta estadística, ya que ninguna de las encuestas tradicionales de ocupación llega a estos niveles

La información que se publica en estadística son el número de viviendas turísticas, las plazas, las plazas por vivienda turística y el porcentaje de vivienda turística sobre el total de las viviendas. Para esta última variable se utiliza el dato total de viviendas del Censo de Población y Viviendas de 2011, que es el último dato oficial publicado al nivel de desagregación geográfico necesario.

Estas variables se desagregan a nivel comunidad autónoma, provincia, municipio, distrito y sección censal. La granularidad geográfica alcanzada es uno de los puntos fuertes de esta estadística, ya que ninguna de las encuestas tradicionales de ocupación llega a estos niveles. Esta información se difunde en forma de tablas que permite a los usuarios realizar sus propios análisis y mediante mapas que reflejan la información de forma más visual.

La primera publicación de esta estadística referente a agosto de 2020, reflejó que el número

de viviendas turísticas en España superaba las 321.000, lo que suponía el 1,3% del total de viviendas censadas y más de un 1,6 millones de plazas. Las comunidades autónomas con mayor número de viviendas turísticas fueron Andalucía, Cataluña y Comunitat Valenciana, representando todas ellas cerca del 60% del total. En cuanto al porcentaje de vivienda turística sobre el total de viviendas, las comunidades que tenían ratios más altos fueron Illes Balears y Canarias con un 5% y un 3,6% respectivamente.

La estadística evidenció que las zonas costeras concentraban el 77% de la vivienda turística, frente al 23% de los municipios de interior. Esto se reflejó en los datos provinciales, ya que de las diez provincias con mayor número de viviendas turísticas solo Comunidad de Madrid era de interior.

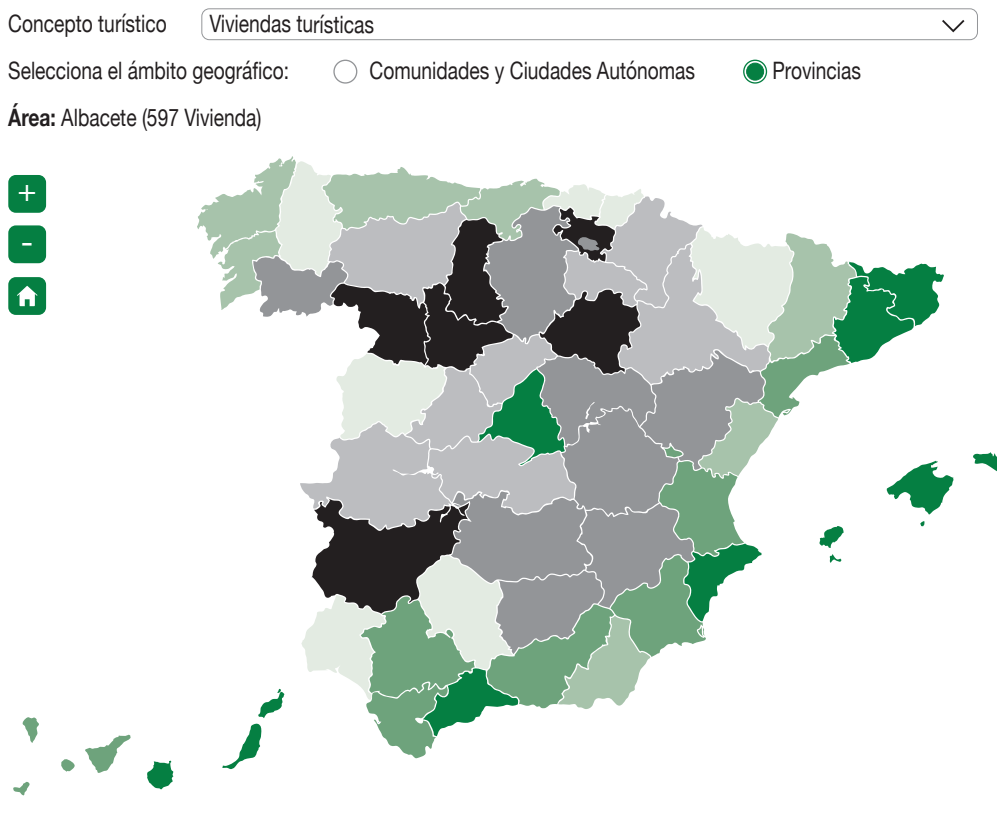
A nivel municipal, los municipios de Barcelona y Madrid fueron los que mayor número de viviendas turísticas tenían en España. En torno a

17.000 viviendas turísticas cada uno, y representando un 10,6% del total nacional entre los dos. Los distritos de Eixample y Ciutat Vella en Barcelona, con cerca de 10.000 viviendas turísticas, y el Distrito Centro de Madrid, con más de 7.500 son las zonas que tenían mayor concentración de viviendas de estas ciudades. Otros municipios como La Oliva, Pollença o Begur, destacaron por tener más de mil viviendas turísticas y a su vez representar más del 20% del total de viviendas disponibles en estos municipios.

Conclusiones

El desarrollo de esta estadística experimental ha permitido obtener por primera vez un dato aproximado del número viviendas turísticas que hay en España, algo que venía siendo altamente demandado por un gran número de usuarios que necesitaban conocer la magni-

GRÁFICO 1. VIVIENDAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA



Fuente: Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad. INE.

tud de este fenómeno en el territorio nacional. Esta información no solo se proporciona a los niveles habituales de comunidad autónoma y provincia, sino que la granularidad geográfica que aporta esta operación permite evaluar este fenómeno en municipios, distritos e incluso secciones censales, lo cual puede ser de gran utilidad de cara a aplicar políticas que permitan un turismo más sostenible.

Otra de las aplicaciones posibles de la información obtenida mediante esta operación, es la posibilidad de utilizarla para definir y actualizar los directorios de otros tipos de alojamientos turísticos, o también para la elaboración de índices de precios de alojamientos. Por otro lado, no solo la utilidad de la operación en sí es relevante, sino que el conocimiento adquirido por el organismo en nuevas fuentes de información

como el *web scraping*, o del procesamiento de información proveniente de diversas fuentes mediante el emparejamiento y deduplicado de registros, es de gran importancia de cara a seguir modernizando la estadística oficial y mejorar la calidad y oportunidad de las estadísticas.

Por último, cabe añadir que el futuro de esta estadística pasa por seguir realizando nuevas publicaciones que permitan ir incorporando mejoras al proceso y así oficializarla en un futuro. Uno de los puntos clave sería poder incorporar un dato de ocupación (viajeros y pernoctaciones), para lo cual se necesitaría de una nueva fuente de datos. El proyecto que mantiene Eurostat con las principales plataformas de alojamiento y en el cual el INE colabora, proporcionará en los próximos meses esta información que podría ser incorporada previsiblemente en la estadística. ●

CUADRO 1. VIVIENDAS TURÍSTICAS, PLAZAS Y PLAZAS POR VIVIENDA TURÍSTICA

	Agosto 2020					
	Viviendas turísticas		Plazas		Plazas por vivienda	Porcentaje Vivienda turística
	Total	%	Total	%	Total	%
TOTAL	321.496	100,0	1.627.377	100,0	5,1	1,3
Andalucía	67.392	21,0	340.256	20,9	5,0	1,5
Cataluña	63.199	19,7	328.147	20,2	5,2	1,6
Comunitat Valenciana	54.638	17,0	283.900	17,4	5,2	1,7
Canarias	37.791	11,8	162.121	10,0	4,3	3,6
Balears, Illes	29.237	9,1	182.748	11,2	6,3	5,0
Madrid, Comunidad de	19.597	6,1	70.522	4,3	3,6	0,7
Galicia	12.548	3,9	67.050	4,1	5,3	0,8
Murcia, Región de	6.146	1,9	32.079	2,0	5,2	0,8
Castilla y León	5.794	1,8	33.058	2,0	5,7	0,3
Asturias, Principado de	4.891	1,5	24.698	1,5	5,0	0,8
Cantabria	4.886	1,5	24.578	1,5	5,0	1,4
País Vasco	4.598	1,4	19.424	1,2	4,2	0,5
Aragón	3.767	1,2	20.167	1,2	5,4	0,5
Castilla-La Mancha	3.327	1,0	20.317	1,2	6,1	0,3
Extremadura	1.366	0,4	6.594	0,4	4,8	0,2
Rioja, La	1.139	0,4	6.401	0,4	5,6	0,6
Navarra, Comunidad Foral de	1.071	0,3	4.906	0,3	4,6	0,3
Ceuta	66	0,0	253	0,0	3,8	0,2
Melilla	43	0,0	158	0,0	3,7	0,2

Fuente: Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad. INE.

Estadística experimental de la distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España, por comunidad autónoma de residencia y país de origen

Belén González Olmos

Subdirectora General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

Blanca Corral Orgaz

Jefe de Área de la Subdirección General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología. INE

La demanda de información relativa al turismo tanto por usuarios particulares como por usuarios experimentados en el tema y los propios organismos públicos, es muy elevada y cada vez más “exigente” a la hora de solicitar datos asociados a las diferentes variables que se estudian en las operaciones estadísticas que caracterizan tanto a los viajeros llegados de diferentes países del mundo a España como a los viajeros residentes en territorio nacional que viajan dentro de España o al extranjero; así como a las pernoctaciones realizadas por estos viajeros y el gasto realizado por los mismos en sus visitas (viajes y excursiones).

Esto nos lleva a realizar continuos análisis y estudios para medir la viabilidad de incorporar nuevos procedimientos estadísticos a los procesos ya utilizados, así como otras fuentes de información adicional, en la elaboración de las operaciones estadísticas relativas al turismo, que permitan mejorar la eficiencia de dichas operaciones y además, a la hora de proporcionar datos, llegar a un nivel de desagregación lo mayor posible para dar respuesta a la demanda de información de los distintos usuarios.

Una de las fuentes de información adicional que se ha analizado es la proporcionada por las transacciones bancarias realizadas a través de tarjetas por los visitantes no residentes en sus viajes o excursiones con destino alguna comunidad autónoma de España. Estas transacciones bancarias incluyen pagos realizados a través de tarjeta de manera presencial, es decir pagos realizados a través de TPV – Terminal Punto de Venta, así como retiradas de efectivo en cajeros ubicados en España.

La información utilizada por el Instituto Nacional de Estadística relativa a las transacciones bancarias con tarjeta ha sido información agregada y anonimizada, no teniendo acceso en ningún momento a información relativa a la tarjeta utilizada ni al titular de esta. El trabajo directo sobre la base de datos lo ha realizado la entidad propietaria de dichos datos, que ha sido quien ha llevado a cabo la explotación de estos y ha proporcionado al Instituto Nacional de Estadística las tablas con los resultados agregados que le había solicitado.

Aprovechando esta información adicional y centrándonos en la Encuesta de Gasto Turístico – EGATUR, se ha realizado un estudio que ha permitido determinar cuánto gastan los visitantes extranjeros en sus viajes y excursiones a España en función del país de residencia del visitante y en qué comunidades autónomas lo gastan, considerando todas las comunidades visitadas y no solo la asignada como destino principal.

Teniendo en cuenta que el principal objetivo que se quiere alcanzar al llevar a cabo la operación estadística de la Encuesta de Gas-

to Turístico (EGATUR), es determinar el gasto de los turistas y excursionistas en sus viajes y excursiones a España, independientemente de donde se pague (en origen o en destino) y de quien lo pague, se considera de gran interés el poder obtener esta información desagregada al mayor nivel posible tanto para el país de residencia del visitante como para el destino del viaje o excursión dentro de España.

De acuerdo con la metodología con la que se lleva a cabo EGATUR, el gasto total realizado por los visitantes extranjeros en sus viajes o excursiones a España (obtenido como suma del gasto realizado en el país de residencia, “gasto en origen”, más el gasto realizado en los destinos visitados en España, “gasto en destino”) se asigna al destino principal del viaje o excursión, lo que implica que se infraestime el gasto realizado en algunas comunidades autónomas que, por lo general, no son destino principal; y que se sobreestime en aquellas comunidades que suelen ser el destino principal. Además, existen países sobre los que, apoyándonos únicamente en la información que suministra la encuesta, no es posible proporcionar datos por la falta de respaldo muestral.

A partir de la información de las transacciones bancarias antes mencionadas, se han definido unas estructuras porcentuales de gasto, relacionando comunidad autónoma de destino del viaje o excursión y país de residencia del visitante, que han permitido mejorar la información proporcionada por la operación estadística EGATUR:

- Teniendo en cuenta todas las comunidades autónomas en las que se ha realizado por parte de visitantes extranjeros alguna de las transacciones bancarias con tarjeta consideradas (pago presencial con tarjeta o retirada de efectivo), se ha obtenido el “gasto en destino real” realizado en cada una de las comunidades autónomas visitadas en el viaje o excursión por no residentes de diferentes países.
- A su vez, dentro de cada una de las comunidades autónomas de destino se ha distribuido el “gasto en destino real” realizado en la misma entre las distintas nacionalidades que la han visitado. Es decir, se ha aprovechado la información sumi-

nistrada por las transacciones bancarias realizadas a través de tarjetas, para poder obtener datos sobre el gasto en destino real para aquellas nacionalidades que, apoyándonos solo en la encuesta EGATUR, no era posible proporcionar debido a la falta de unidades muestrales asociadas a determinadas nacionalidades.

Por tanto, este estudio ha permitido, considerando las premisas de secreto y significatividad estadística bajo las que trabaja siempre el Instituto Nacional de Estadística, suministrar información sobre el “gasto en destino real” realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España para una mayor desagregación de los países de residencia y también una mayor desagregación de las comunidades autónomas de destino respecto de la información que es posible proporcionar considerando únicamente los datos obtenidos a través de EGATUR.

A partir de la información de las transacciones bancarias, se han definido unas estructuras porcentuales de gasto, relacionando comunidad autónoma de destino del viaje o excursión y país de residencia del visitante, que han permitido mejorar la información proporcionada por la operación estadística EGATUR

Metodología

El concepto de gasto turístico considerado en EGATUR se ajusta a las recomendaciones internacionales, según las cuales el “gasto turístico” hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.

Las partidas de gasto que se tienen en cuenta a la hora de recoger la información sobre el gasto en la encuesta EGATUR son:

- ▶ Gasto en paquete turístico
- ▶ Gasto en alojamiento
- ▶ Gasto en transporte
- ▶ Gasto en actividades de ocio, cultura y deporte
- ▶ Gasto en compra de ropa, joyas, souvenirs, etc.
- ▶ Gasto en comestibles, bebidas y otros (limpieza, farmacia, etc.)
- ▶ Gasto en comidas y bebidas en cafés o restaurantes
- ▶ Gasto en bienes duraderos y objetos valiosos

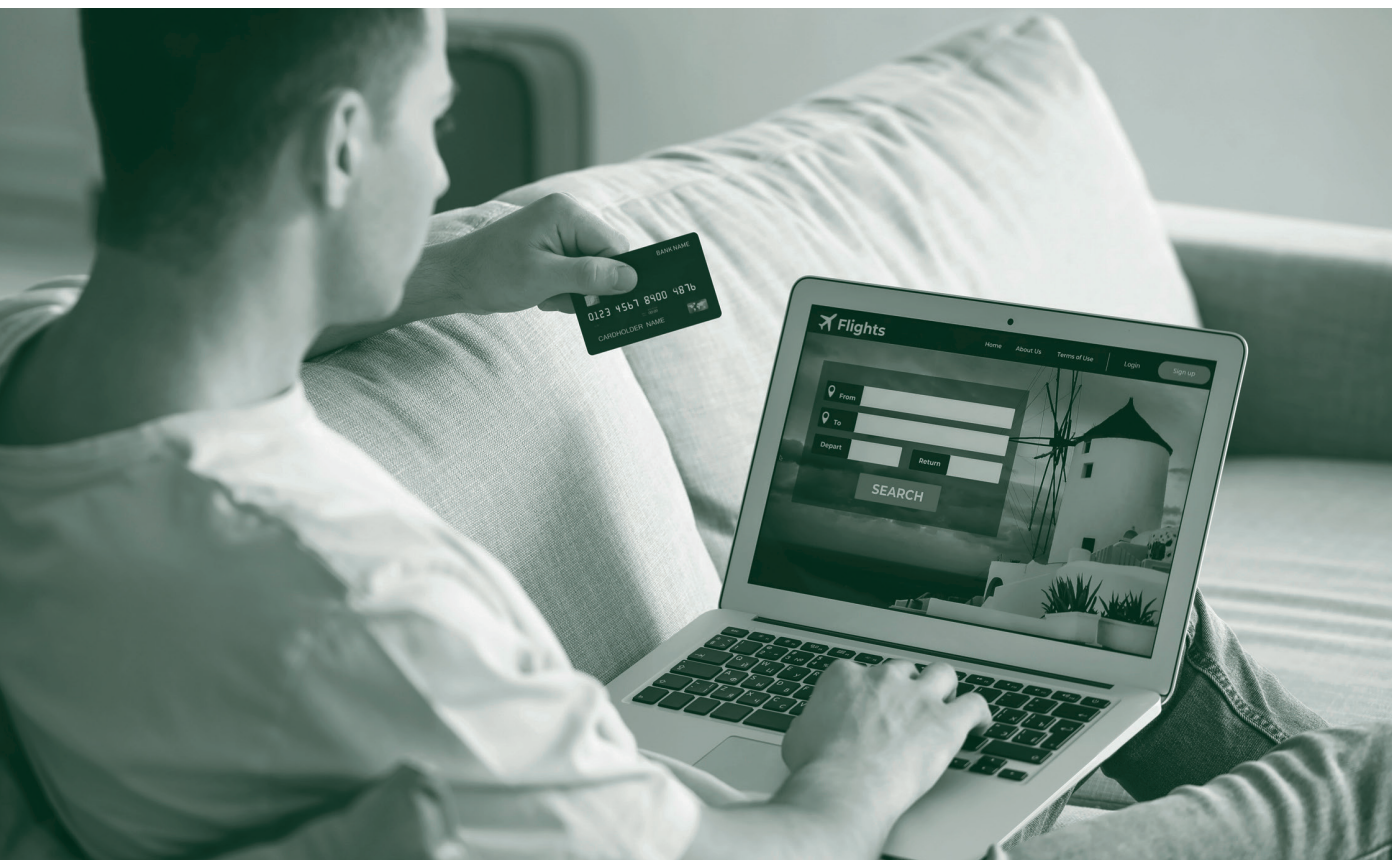
El pago asociado al gasto realizado en estas partidas puede haberse realizado en el lugar de origen de los turistas y excursionistas o en el de destino de las visitas que estos realizan a España. En el cuestionario asociado a EGATUR, para cada partida de gasto se pregunta por el lugar donde se ha realizado el pago, si en origen o en destino.

Puesto que la estadística experimental está basada en cómo aprovechar la información

adicional que proporcionan las transacciones bancarias realizadas a través de tarjetas por visitantes no residentes en sus visitas a España, es decir pagos realizados en el destino de sus viajes o excursiones a España, los gastos recogidos en el cuestionario de EGATUR sobre los que se centra la estadística experimental son los declarados en el cuestionario como “gasto en destino”; y sobre este gasto es sobre el que se aplican las estructuras porcentuales definidas a partir de la información de las tarjetas con el fin de mejorar el nivel desagregación tanto del destino en el que se ha realizado el gasto, como de los países de residencia de los visitantes que han realizado dicho gasto.

Difusión de la información

Los resultados que se han obtenido a través de la estadística experimental han permitido difundir información, tanto a nivel trimestral como a nivel anual, para los años 2018, 2019 y los tres primeros trimestres de 2020 sobre el gasto que los visitantes no residentes han realizado en cada una de las 17 comunidades autónomas, considerando un amplio listado de países de residencia extranjeros.



Esto es, se ha publicado información sobre cada cruce (país de residencia, comunidad autónoma de destino real), para lo que trabajan únicamente con la información que suministra EGATUR no es posible debido a la falta de respaldo muestral.

Entre la información que se difunde de esta estadística experimental, se encuentra el gasto en destino real, el gasto medio diario y el gasto medio por visitante para cada cruce antes indicado; así como la distribución porcentual del gasto en destino real según país de residencia dentro de cada comunidad autónoma, y la distribución porcentual del gasto en destino real según comunidad autónoma para cada país de residencia.

A partir de esta primera publicación de la información relativa a los años 2018, 2019 y los tres primeros trimestres de 2020, se seguirán difundiendo datos con periodicidad trimestral, tanto provisionales como definitivos.

La siguiente publicación hará referencia a los datos del último trimestre de 2020 provisionales; así como a los datos anuales provisionales de dicho año.

Principales países emisores en 2020 por trimestre

En el primer trimestre de 2020 los principales países emisores del gasto turístico en destino real realizado por los turistas y excursionistas no residentes que visitan España son Reino Unido (con el 16,3% del total), Francia (14,6%) y Alemania (9,6%).

En el segundo y tercer trimestre, el principal país emisor es Francia (35,0% en el segundo y 29,7% en el tercero), por delante de Reino Unido (12,3% y 15,8%) y Alemania (7,1% en el segundo trimestre y 10,5% en el tercero).

CUADRO 1. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO TURÍSTICO EN DESTINO REAL POR PAÍS DE RESIDENCIA A NIVEL TRIMESTRAL. Porcentaje

	Alemania	Andorra	Austria	Bélgica	Dinamarca	Francia	Finlandia	Irlanda	Italia		
Tr1	9,6	0,5	0,8	3,5	1,4	14,6	1,5	2,4	3,9		
Tr2	7,1	1,7	0,5	2,2	0,3	35,0	0,3	1,1	3,1		
Tr3	10,5	0,8	0,6	5,9	0,8	29,7	0,3	1,4	3,5		
	Noruega	Países Bajos	Polonia	Portugal	Reino Unido	Rumanía	Rusia	Suecia	Suiza		
Tr1	3,3	4,4	0,9	3,0	16,3	0,8	3,0	3,0	2,6		
Tr2	0,5	3,0	1,0	2,9	12,3	1,9	3,3	0,8	2,6		
Tr3	0,7	6,5	0,8	3,2	15,8	0,7	1,7	1,8	3,4		
	Argentina	Brasil	Canadá	Chile	Colombia	EEUU	México				
Tr1	0,4	0,6	0,6	0,5	0,4	7,6	1,4				
Tr2	0,8	0,3	0,3	0,5	0,4	6,5	1,2				
Tr3	0,4	0,1	0,2	0,3	0,2	3,9	0,7				
	Arabia Saudita	China	Corea del Sur	Emiratos Árabes Unidos	Filipinas	India	Israel	Japón	Turquía	Australia	Resto del Mundo
Tr1	0,3	1,7	0,5	0,4	0,1	0,1	0,3	0,5	0,2	0,3	8,6
Tr2	0,1	0,8	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	8,6
Tr3	0,1	0,3	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	5,3

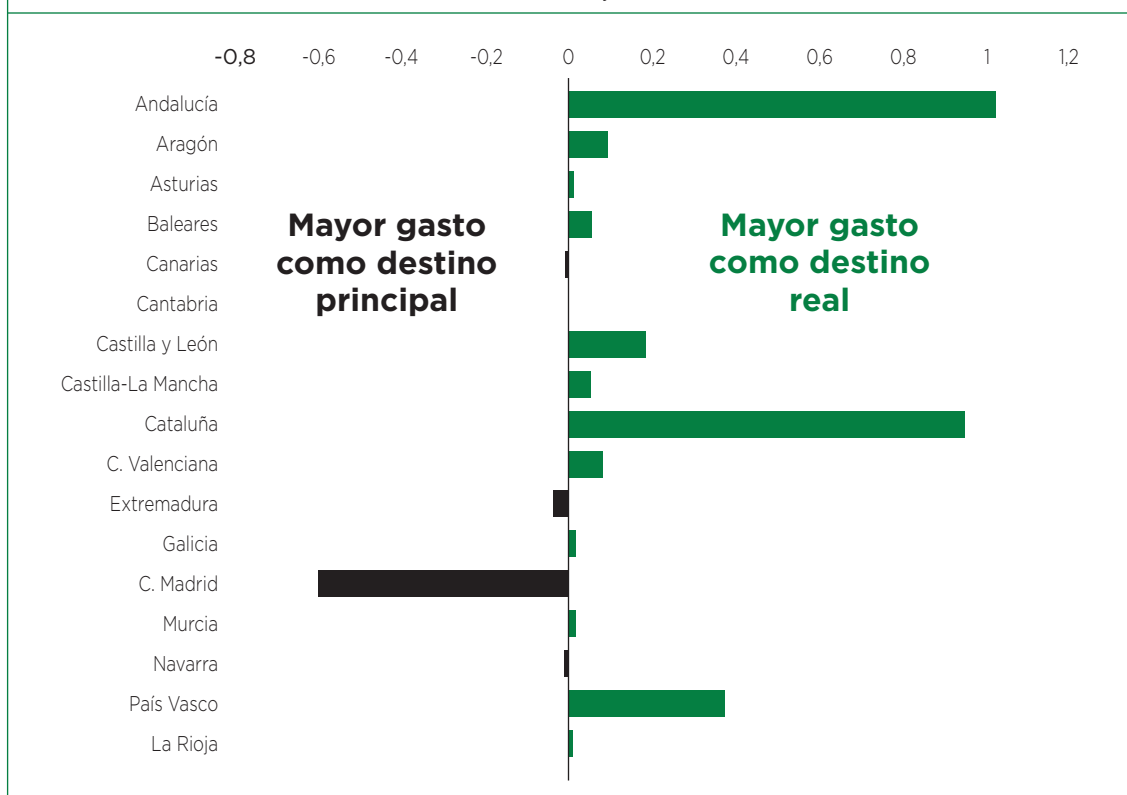
Fuente: Estadística experimental de la distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España, por comunidad autónoma de residencia y país de origen. INE.

Comparación EGATUR & Estadística Experimental

Al comparar el gasto en destino que suministra EGATUR para cada comunidad autónoma según el destino principal de las visitas realizadas por los turistas y excursionistas no residentes a España, con el gasto en destino que proporciona la estadística experimental, incorporando la información de las transac-

ciones bancarias realizadas con tarjeta, para cada comunidad autónoma según el destino real de dichas visitas, se observa que en el año 2019 para comunidades como Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha o País Vasco, que generalmente no son destino principal de los viajes y excursiones de los visitantes no residentes, el gasto en destino real es mayor que el gasto que se les asigna a partir de EGATUR por destino principal. ●

GRÁFICO 1. COMPARACIÓN EGATUR & ESTADÍSTICA EXPERIMENTAL TRANSACCIONES BANCARIAS CON TARJETA. AÑO 2019. Porcentaje



Fuente: EGATUR y Estadística experimental de la distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España, por comunidad autónoma de residencia y país de origen. INE.

ENLACES DE INTERÉS

Para saber más al respecto de la estadística experimental Distribución del gasto realizado por los visitantes extranjeros en sus visitas a España, por comunidad autónoma de residencia y país de origen, se puede acudir a los siguientes apartados de la web del INE:

- “Experimental - Innovación estadística”: https://www.ine.es/experimental/gasto_tarjetas/trimestral.htm
- EncuestadeGastoTurístico-EGATUR: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177002&-menu=ultiDatos&idp=1254735576863

De la estadística a la inteligencia turística: una oportunidad sin vuelta atrás

Eva Hurtado

Óscar Perelli

Excelltur

España se ha caracterizado por tener uno de los mejores sistemas de estadísticas del mundo sobre las variables clave de la actividad turística. La relevancia del turismo en la estructura productiva española ha tenido desde hace mucho tiempo su reflejo en el sistema estadístico, gracias al esfuerzo y dedicación de muchas personas e instituciones. Desde las pioneras Encuestas de Ocupación impulsadas por el INE y dirigidas a captar la demanda y las características de la oferta hotelera, pasando por las primeras (y únicas) tablas *Input-output* turísticas, las imprescindibles encuestas dirigidas a la demanda de los residentes (FAMILITUR, ahora llamada ETR) y los no residentes (FRONTUR y EGATUR) promovidas por el extinto Instituto de Estudios Turísticos, junto con las encuestas de confianza empresarial de EXCELTUR y las Cuentas Satélite (ambas de 2002), los planificadores, operadores, analistas y estudiosos del turismo hemos dispuesto de una información privilegiada.

En el momento actual, cuando se echa la vista atrás para tratar de dibujar el futuro se constata, sin embargo, que la velocidad de cambio del mercado turístico ha sido mucho mayor que el avance en la generación de información para la toma de decisiones. Esta realidad viene explicada en gran medida por la escasa cultura de toma de decisiones en base a información (y menos a la generación de inteligencia) que ha caracterizado a los actores del sistema turístico (en gran parte de los públicos, pero también de muchos de los privados).

Esta lógica de actuación en un sector acosado a crecer de forma continuada no es sostenible, ni oportuna, de cara al futuro. La complejidad del mercado turístico y los retos

propios de un sector maduro en continua y profunda transformación exigen disponer de múltiples referencias para la toma de decisiones, lo que en términos de la estructura del ecosistema de productores de información supone el tránsito desde un sistema de estadísticas a un sistema de inteligencia turística.

Los destinos exitosos (la mayor parte de los españoles) han superado las lógicas del mero crecimiento y la medición de flujos de visitantes, para plantearse hoy (en la situación prepandemia, que es factible se reproduzca en los próximos 2-3 años) cómo gestionar situaciones de congestión en determinados lugares y momentos del tiempo y actuar frente a fenómenos nuevos y desequilibrantes, como las viviendas turísticas comercializadas a través de plataformas *on-line*. Derivado de ello, se encuentran ante la necesidad de conocer mejor y segmentar la demanda turística para atraer a los turistas más interesantes, lo que les exige conocer dónde están, cuáles son sus preferencias, canales, y hábitos de compra y sus niveles de satisfacción de la experiencia recibida. En esta línea más avanzada de trabajo, también empiezan a preocuparse por anticipar flujos y comportamientos del mercado, con ejercicios de previsión y prospectiva, superando el tradicional conteo de lo sucedido en el pasado reciente.

A estas necesidades, las empresas que se localizan en su seno (la mayor parte pymes, salvo las compañías multinacionales), además de compartirlas, añaden requerimientos propios de información en tiempo real sobre, entre otros, clientes y precios de la competencia para poder implementar estrategias de *yield management* con las que mejorar su operativa y maximizar sus ingresos.

Estas necesidades han coincidido en el tiempo con la irrupción de nuevas fuentes masivas de datos derivadas del contacto de los turistas con diversos operadores y la capacidad digital para explotarlas, que introducen un nuevo paradigma en la generación de información y conocimiento

para la toma de decisiones de los agentes turísticos (de nuevo, públicos y privados). La información de las compañías de telecomunicaciones, de los gestores de tarjetas, de los buscadores *on-line*, de las redes sociales o de los grandes intermediarios de reservas de servicios turísticos (bancos de camas en el sector alojativo, GDS en el del transporte) o las capacidades de extraer información de los sistemas de “web scraping” y sensores en espacios turísticos, suponen un salto cuántico en las posibilidades de aportar información en tiempo real y de forma micro territorial, a la vez que de anticipar tendencias de mercado o análisis de satisfacción y reputación, más allá del sistema de encuestación clásico.

Las nuevas necesidades de información y conocimiento y las oportunidades de las nuevas fuentes de datos y sistemas de análisis aconsejaban ya en los últimos años abordar el avance hacia la construcción de un sistema de inteligencia

No obstante, estas nuevas fuentes se caracterizan por estar generadas en entornos privados bajo modelos de negocio que buscan legítimamente su monetización, lo que introduce notables barreras para su acceso a muchos actores de la cadena de valor turística. Tanto el alto coste de su adquisición, como, sobre todo, la escasa dotación de capacidades humanas para el entendimiento de su uso y correcta explotación, impiden en muchos casos el aprovechamiento de las capacidades de estas nuevas fuentes y sistemas de análisis.

Estos cambios en los mercados turísticos, las nuevas necesidades de información y conocimiento y las oportunidades de las nuevas fuentes de datos y sistemas de análisis aconsejaban ya en los últimos años abordar el avance hacia la construcción de un sistema de inteligencia.

Lejos de paralizar esta necesidad, como ha sucedido en muchos otros ámbitos de la actividad turística, la irrupción de la pandemia en 2020 ha supuesto un revulsivo para el desarro-

llo de ese sistema de inteligencia turística por dos factores. El primero, por la exigencia que la incertidumbre asociada al virus ha introducido para disponer de información mucho más contemporánea en el tiempo y detallada territorialmente sobre su impacto en los viajes y sus tipologías, pero, sobre todo, para poder captar y anticipar las (deseadas) señales de recuperación para la organización y planificación de empresas y servicios públicos en los destinos.

El segundo, por el compromiso de invertir 30 millones de euros para construir en los tres próximos años el anhelado sistema de inteligencia, partida contemplada en los documentos del Ministerio de Turismo, que concretan el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia presentado en octubre por el Gobierno de España. La identificación como proyecto estratégico y la dotación de una cantidad relevante de recursos públicos para su desarrollo supone una extraordinaria oportunidad para su consecución (la segunda tras el fracaso del proyecto “Intelitur” liderado por las Cámaras de Comercio con un montante parecido también financiado por fondos europeos y del que hay mucho que aprender).

Todo ello es una buena noticia, porque disponemos de la mayoría de los ingredientes, voluntad política y dotación presupuestaria para transitar definitivamente hacia un modelo de democratización y fomento de uso del conocimiento y generación de inteligencia sustentada en datos para el sistema turístico, en una tesitura de sofisticación y urgencia en su demanda.

En este proceso, la colaboración y alineación de los recursos, capacidades e intereses del sector público y privado en un nuevo modelo de gobernanza será determinante. La falta de dirección y unidad en este propósito supondría (como así ha empezado a ser) la multiplicación de iniciativas inconexas, la compra de datos solapados, el desarrollo de proyectos de bajo valor para los operadores o la presentación de visualizaciones de bases de datos ya existentes como avances en este campo (el proyecto DATAESTUR hasta la fecha es su mejor exponente). En definitiva, una pérdida de recursos y a la vez de oportunidades.

Concretamente, este mandato de elaboración de un sistema de inteligencia turística para España tiene que ser liderado y ejecutado por un sistema único a nivel nacional, independiente,

con una fórmula organizativa (a modo de agencia) que posibilite la cogestión público-privada y que contemple en su estructura a las principales entidades generadoras de información turística (Administración Central, INE, CC. AA., destinos turísticos y operadores del sector, pero sobre todo los generadores de datos masivos).

Ente que cuente con la suficiente independencia y flexibilidad en su fórmula de contratación para dotarse de los profesionales con las capacidades técnicas y dominio sectorial que garanticen el éxito en el lanzamiento del sistema de inteligencia turística para España (como avala la experiencia de la AIReF -Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal- en el terreno de las finanzas públicas).

No podemos pensar en desarrollar eficientemente este sistema sin identificar en primer lugar el “Mapa de necesidades del sector turístico español en el ámbito de la inteligencia para la toma de decisiones”, desde una aproximación contemporánea, escalable, adaptativa a fenómenos exógenos y disruptivos, como la COVID-19, y con luces de medio y largo plazo.

Ello pasa por estructurar las principales demandas de información y carencias de cobertura del sistema actual de estadísticas y conocimiento sobre el turismo (información de mercados potenciales, nuevos patrones de comportamiento, conocimiento por productos, segmentos y motivaciones específicas (tal y como lleva años trabajando Visit Britain), información sobre capacidades de carga, reputación y acogida del sector por la población local (ámbito de conocimiento desarrollado recientemente por varios de los principales destinos urbanos internacionales), mayor granularidad de la información temporal y territorial -destino o microdestino- (línea de trabajo explotada ya por Canarias), mayor capacidad predictiva...).

Una vez orientado y definido en detalle el objetivo del uso de la información, se debería avanzar en el enriquecimiento del sistema de estadísticas turísticas desarrollado hasta la fecha con una identificación de las nuevas capacidades de análisis avanzado y conocimiento que proporcionan las nuevas fuentes de datos masivas (el INE está en ello, pero de forma individual).

Esta transición lleva asociada una serie de retos que sentimos que este nuevo sistema de

inteligencia debería de incorporar en su misión. Entre los más relevantes:

- ▀ Compromiso de una gobernanza del dato que centralice la adquisición de fuentes de datos masivos y garantice el acceso a la misma información para todos los agentes de la cadena de valor turística.
- ▀ Independencia y trazabilidad en el análisis y conocimiento desarrollado (la AIReF vuelve a ser un gran ejemplo).
- ▀ Conversión de los datos en bruto en información y conocimiento, aplicando analítica avanzada en función de las necesidades de información detectadas. Aplicando lógicas de trabajo del sector privado donde los datos en sí mismos no tienen valor si no sirven para adaptar, optimizar y garantizar la sostenibilidad de los modelos de negocio.
- ▀ Democratización y fomento del uso de esta información con comunicación y acceso apropiado a diferentes perfiles de usuarios (estudios, informes, cuadros de mandos, cubos de datos...). El ecosistema de pymes que caracteriza el entramado productivo turístico y mayoría de destinos españoles no podrían comprar, procesar y generar valor de estos datos por sí solos.
- ▀ Desarrollo de un modelo de negocio para su gestión que, una vez superada la asignación inicial de fondos de la UE, garantice tanto el acceso sostenido a estas fuentes de información de carácter privado en su mayoría, como la sostenibilidad y adecuación de su estructura organizativa y equipo de profesionales a las demandas sectoriales de información.

Estamos convencidos de que en esta transición no hay vuelta atrás. No podemos dejar pasar la oportunidad de recuperar el privilegio de acceder a la información adecuada para apoyar las decisiones que impulsen la superación de los retos competitivos del sector turístico y reduzcan la incertidumbre y riesgos en el actual paradigma de transición digital y ecológico, agitado por la pandemia en 2020. En este momento, el uso inteligente de los datos depende de la colaboración público-privada orquestada por la mejor dirección. ¿Seremos capaces de que suene la música? ●

Las fuentes estadísticas y su rentabilidad en el sector turístico

Ana María Camps

*Departamento de Formación
y Estudios de CEHAT*

Poner en valor **el dato en el sector turístico** es una tarea que se va convirtiendo en más habitual cada día. Es de sobra conocido que el *boom* del turismo en los años 70 ha hecho florecer, desde entonces, el sector en España. Los números, excepto en las grandes crisis de demanda mundiales, como en la crisis del 2008, siempre han sido positivos para los empresarios. Baste decir que en los últimos 20 años el número de entradas de turistas extranjeros ha aumentado en un 80%, pasando de 46 a 83 millones de personas; el número de pernoctaciones en hoteles ha aumentado un 51%, y el número de plazas hoteleras en un 19%.

La demanda de productos turísticos, esto es, las ganas de viajar, ha aumentado en todos los países a medida que han ido avanzando el desarrollo económico y la renta per cápita

Estos números pueden encerrar distintos factores, y de hecho lo hacen. La **demandas de productos turísticos**, esto es, las ganas de viajar, ha aumentado en todos los países a medida que han ido avanzando el desarrollo económico y la renta per cápita. Para entender este fenómeno, podemos utilizar la **Pirámide de Maslow**. Según este psicólogo, el hombre utilizará su renta en primer lugar para cubrir las necesidades biológicas y de seguridad, es decir, la alimentación y la vivienda. A conti-

nuación, se cubrirán las necesidades sociales, afectivas y de pertenencia a un grupo. Una vez resueltas, serán las necesidades de reconocimiento las que ocupen el interés del individuo, esto es, todo aquello que tenga que ver con el éxito y, finalmente, será el tiempo de la autorrealización o, lo que es lo mismo, el fomento de valores. Ciertamente es que los viajes no aparecen definidos ni encasillados en ninguno de los niveles, ya que, para cada una de las personas, ocupa un valor distinto, pero, en cualquier caso, sí que podemos deducir que **el desarrollo de la sociedad permite e incentiva el desarrollo de los viajes**; el deseo de conocer más allá de nuestras culturas y el deseo de vivir experiencias distintas.

Todo esto nos lleva al **análisis de los datos**. Si la motivación para viajar es distinta, también debe serlo el alojamiento que se contrate, el tipo de transporte, los sitios donde comer o las actividades complementarias de ocio que se realicen. Y, dado el volumen de personas que viaja, parece sensato que haya establecimientos que se especialicen en uno u otro tipo de viajero, esto es, que se **segmente la demanda**. Conocer las costumbres de los viajeros a los que queremos hacer ofertas concretas nos facilitará dirigir las **campañas de publicidad** de manera más eficiente. Conceptos como la elasticidad de la demanda o la sensibilidad al precio tienen que ser conocidos y utilizados por quien diseñe las campañas de publicidad y por quien fije los precios.

En los últimos años se ha afianzado la figura del **revenue manager**. Este cargo dentro de un sistema de reservas es el que, en base a los datos que recibe, fija el precio de venta del producto en cada momento y en cada canal, ya sea por la web propia del establecimiento, por una agencia de viajes *online*, por un comparador de ofertas o por un tour operador, entre otros. El precio que se fije no será el mismo en todos los canales ni en todos los momen-



tos y, ni siquiera, para todas las personas. El ejemplo más claro, antiguo y aceptado es el de los billetes de avión, siendo el producto el mismo para todos los clientes de la misma clase. Las decisiones de variación de tarifa las debe tomar el *revenue manager* en función de los datos que conoce como, por ejemplo, cuál fue el precio máximo que se pagó por el mismo producto en un periodo similar de tiempo, como, quizá, las navidades anteriores. Seguro que todos recordamos noticias de precios de habitaciones en día de partido de Champions.

Los **organismos públicos**, como ayuntamientos o patronatos de turismo, analizan también datos de clientes. Como quiera que no tienen que vender ningún producto concreto sino un destino, el análisis que hacen es el del origen del cliente según motivación del viaje o según lugar de residencia. Si un análisis del gasto turístico según el tipo de comercio en una ciudad concreta nos lleva a deducir que la motivación son las compras, se podrá diseñar una campaña de publicidad en las redes que estos clientes suelen utilizar. Además, también será adecuada esta información para organizar rutas a las tiendas más visitas mediante paquetes que incluyan distintas experiencias en este sentido.

El **análisis de los datos de turistas** también puede llevarnos a la conclusión de que es un

mercado determinado el que se siente atraído por un destino. En España, más de la mitad de los turistas que nos visitan lo hacen únicamente desde tres países: Reino Unido, Francia y Alemania. La aplicación de recursos económicos públicos en estos mercados es altamente rentable. Sin embargo, también es interesante el análisis del gasto turístico según país de origen: el ratio de gasto por turista también indica aquellos mercados en los que será rentable cualquier campaña de promoción bien segmentada. Es muy significativo este análisis en el que descubrimos que cada turista japonés se gasta en España una media de 2.380 €, prácticamente el doble que los turistas del resto de nacionalidades. Un estudio que analizara únicamente el volumen de turistas por país de origen pasaría por alto este detalle de rentabilidad por turista, que hace escalar en los ratios a Japón desde una de las últimas posiciones en número de turistas a la primera posición en volumen de gasto.

El análisis de los datos también puede servirnos para el **ahorro de gastos en establecimientos de alojamiento**. Algo tan sencillo como conocer los hábitos de consumo de alimentos por nacionalidades puede generar ahorros en el abastecimiento. No sorprenderá a nadie conocer que cada nacionalidad tiene la costumbre de desayunar unos alimentos u

otros. Si el jefe de cocina dispone de estos datos, podrá ofrecer, según los clientes que haya alojados en el establecimiento, aquellos que más se ajusten a sus gustos y, mejor aún, evitar aquellos que no serán consumidos.

Las **costumbres en los hoteles** son muy repetitivas. La hora de la ducha es algo recurrente a la misma hora: en los hoteles de ciudad, entre las 7 y las 8 de la mañana, mientras que en los hoteles de sol y playa es en torno a las 6 de la tarde. Conocer esto, puede servir para programar el agua a una temperatura de 38º durante estas horas, lo cual no solo redundará en satisfacción del cliente que tiene que esperar menos a que salga el agua caliente, sino en ahorro de agua mientras cada cliente espera a que alcance la temperatura que desea.

CEHAT impulsa la difusión de informes de terceros y elabora estudios propios sobre estadísticas de ocupación y rentabilidad sectorial, entre los que destacan el Observatorio de la Industria Hotelera Española y el Hotel Monitor

Los **turnos de trabajo** también pueden ser optimizados conociendo cuáles son los momentos del día en los que hay más demanda de cada uno de los servicios que presta el establecimiento. Los jefes de departamento deben saber cuáles son los parámetros a analizar para establecer turnos: horario de aviones para entradas u horario de desayunos según nacionalidad para las salidas.

Los datos sobre **nivel de cualificación de los empleados, categoría profesional, tipo de contrato y remuneración** también nos sirven para poner en valor esta profesión y para valorarla en comparación con otros sectores productivos de nuestro país, para otros puestos de trabajo a igualdad de categoría o tipo de contrato. Este análisis también puede hacerse para comparar las condiciones laborales de

los profesionales del sector turístico en nuestro país respecto a otros países europeos con igual peso del turismo en su PIB o con otros países con mayor nivel de renta per cápita.

La capacidad que tenemos de obtener datos puede ir mucho más allá del análisis por país de origen o por motivo del viaje. Hoy en día es posible **conocer al cliente antes de que llegue al hotel**, podemos analizar hábitos en redes sociales, o recabar información en el proceso de reserva. Esto se podrá utilizar para mejorar su experiencia en nuestro establecimiento. Y esta experiencia mejorada, esta satisfacción, redundará en la cuenta de resultados.

La **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)**, como entidad asociativa que vela por los intereses de los empresarios del sector, cuenta con un **Departamento de Formación y Estudios** que, entre otras muchas funciones, se encarga de la creación y manejo de instrumentos estadísticos. Para ello, colabora con distintas entidades y empresas en la puesta a disposición y análisis de datos.

A través de este departamento, CEHAT impulsa la difusión de informes de terceros y elabora estudios propios sobre estadísticas de ocupación y rentabilidad sectorial, entre los que destacan el **Observatorio de la Industria Hotelera Española** y el **Hotel Monitor**.

Hace casi una década que la Confederación puso en marcha el **Observatorio de la Industria Hotelera Española**, aportando desde el propio sector perspectivas de ocupación y rentabilidad, entre otras variables, para complementar la información facilitada por otras fuentes que nos muestran información de lo que ya ha pasado. De esta manera, CEHAT se posiciona como referente en el planteamiento de perspectivas coyunturales, tan necesarias para tomar decisiones y entender la evolución del sector.

Para elaborar el **Hotel Monitor**, la Confederación llegó a un acuerdo de colaboración con el Instituto Nacional de Estadística (INE), con el objeto de mejorar la toma de datos y su posterior explotación por parte de ambos organismos. Este importante y pionero proyecto nació para recabar una serie de datos, junto con la Encuesta de Ocupación Hotelera EOH, que permiten obtener información a nivel nacional de Revpar y de ADR. ●

Estadísticas turísticas: una herramienta clave para la planificación en el sector

Fernando Ruiz Diezma

Director de Squarefer

La investigación de mercados, con sus diferentes metodologías y técnicas, acostumbra a ser el punto de inicio para la planificación de las organizaciones. Conocer la caracterización sociodemográfica de la demanda actual y potencial, así como sus motivaciones, comportamiento o satisfacción, identificar nuevas tendencias de mercado o compararse con los resultados de los competidores son algunas de las cuestiones útiles y necesarias para tomar decisiones para la gestión y la competitividad de las organizaciones.

La actividad turística no es ajena a estas necesidades y requiere indagar y responder a estas preguntas condicionada por su idiosincrasia. Una de estas peculiaridades es la participación en la cadena de valor turística tanto de empresas privadas como de entidades públicas pertenecientes a diferentes ámbitos territoriales. La urgencia de coordinación entre sector público y sector privado supera a otras actividades económicas, no olvidemos que el turista utiliza servicios de alojamiento, restauración o de ocio, pero se desenvuelve en un destino geográfico a donde viaja atraído por sus recursos y cuyo conjunto resulta imposible de deslocalizar.

La atomización del sector turístico dificulta que empresas y destinos incorporen en sus presupuestos las elevadas partidas que la investigación de mercados precisa requiere. Es en esta coyuntura donde las estadísticas turísticas públicas disponibles muestran su importancia, su utilidad y su validez.

Los destinos pueden acceder a información facilitada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), entre otros, del volumen y procedencia de los viajeros, días de estancia, gasto me-

dio realizado o tipo de alojamiento utilizado. El análisis de estos datos y sus series temporales resultan de enorme utilidad para conocer a los turistas y excursionistas que les visitan en el momento de diseñar sus planes estratégicos, sus campañas de publicidad o sus acciones de comercialización. El volumen de turistas también se compara con la oferta de alojamiento, restauración y otras empresas turísticas disponibles en el destino para determinar si existe

El estudio continuado en el tiempo de los flujos turísticos permite realizar predicciones y proyecciones de las llegadas futuras de visitantes que permitan realizar un dimensionamiento lo más preciso posible de servicios públicos

un exceso o defecto de oferta y definir e impulsar políticas públicas acordes a esta situación. El estudio continuado en el tiempo de los flujos turísticos permite, igualmente, al destino, realizar predicciones y proyecciones de las llegadas futuras de visitantes que les permitan realizar un dimensionamiento lo más preciso posible de servicios públicos como atención de turistas y seguridad, pero también de suministros energéticos, recogida de residuos o capacidad sanitaria. Por otro lado, las estadísticas proporcionan información sobre las motivaciones de los viajeros cuya evolución en el tiempo puede estudiarse para contrastar que los productos turísticos del destino continúan respondiendo a preferencias actuales de la demanda o bien es necesario realizar planes de adaptación o desarrollo de producto.

Respecto al sector turístico privado, las estadísticas han ido incorporando paulatinamente indicadores y datos como ocupación media, ADR o RevPar que las empresas pueden utilizar para comparar su rendimiento respecto a la competencia y así tomar decisiones en sus procesos estratégicos de planificación. La previsión mensual de volumen de turistas, sus perfiles sociodemográficos o su capacidad de gasto son variables que resultan vitales, del mismo modo, para que las empresas dimensionen sus plantillas, prevean contrataciones, definan requisitos formativos como pueden ser idiomas, calculen necesidades de aprovisionamiento, establezcan periodos y horarios de apertura o planteen bandas de precios de sus servicios.

Recientemente, se ha dado un paso adicional al reunir en una misma fuente, DATAESTUR, los datos estadísticos tradicionales y fuentes adicionales como el gasto por tarjeta de crédito o los datos de movilidad procedente de los proveedores de telefonía móvil

El INE fue pionero en la elaboración de estas estadísticas y desde sus inicios han ido incorporando nuevos indicadores y estudios al tiempo que han ido mejorando la eficiencia en el tratamiento y análisis al reducir los plazos de publicación. Sin duda, un hito relevante en el camino hacia la consolidación de un sistema estadístico turístico sólido y coherente fue la asunción por parte del INE de las operaciones estadísticas de demanda que hasta 2015 gestionaba el Instituto de Estudios Turísticos. De este modo, estadísticas tan importantes como la de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) y la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR, antigua FAMILITUR) pasaban a ser elaboradas por la misma entidad que realiza aquellas que atañen a la oferta de alojamiento turístico reglado, como

la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y la batería de encuestas de alojamiento extra-hoteler.

Recientemente, se ha dado un paso adicional al reunir en una misma fuente, DATAESTUR, los datos estadísticos tradicionales y se han incluido fuentes adicionales como el gasto por tarjeta de crédito o los datos de movilidad procedente de los proveedores de telefonía móvil. El esfuerzo realizado por aglutinar el acceso a todas las operaciones estadísticas turísticas a través de un único canal, así como los avances en la visualización de las variables tradicionales mediante presentaciones en software de *business intelligence* son evidentes, pero DATAESTUR se ha presentado públicamente con un estado de desarrollo un tanto embrionario, mucho más allá de una versión beta avanzada, pero lejos de resultar un servidor funcionando a velocidad de crucero.

De manera adicional a las estadísticas del INE, empresas y destinos pueden acceder a información estadística pública como la elaborada por la Organización Mundial del Turismo y por Eurostat (Unión Europea), que ayuda a generar una visión amplia de la actividad turística en el mundo y una predicción de su evolución. Existen otras fuentes procedentes del sector empresarial como Exceltur, cuyos estudios de competitividad e impacto económico resultan de utilidad para comparar los diferentes resultados turísticos en términos de ingresos, aporte al PIB u optimización de políticas públicas. Reconociendo la importante labor de Exceltur en la puesta en marcha de sus estudios Impactur, no deja de resultar sorprendente que en un país en el que el sector turístico es crítico en términos de aporte al Producto Interior Bruto y al empleo, no se haya hecho efectiva hasta la fecha la prevista regionalización de la Cuenta Satélite del Turismo España (CSTE), con el efecto de que las CC. AA. que deseen conocer el verdadero impacto del sector en su economía han de colaborar con una asociación empresarial turística, realizando el correspondiente esfuerzo presupuestario.

Otra dimensión en la que la iniciativa privada vuelve a cubrir el vacío existente es la pros-

pectiva. La actividad turística está sujeta a una importante variabilidad de sus flujos de demanda en condiciones normales de mercado. En una coyuntura como la actual, caracterizada por una extrema contracción del volumen de demanda por la crisis sanitaria del SARS-CoV-2, se hace más patente la necesidad de contar con proyecciones bien fundamentadas de la evolución de los distintos segmentos de demanda. De nuevo, es Exceltur, esta vez de manera gratuita para los interesados, quien suple esta carencia con su publicación trimestral Perspectivas Turísticas.

Como se ha mencionado anteriormente, se están dando los primeros pasos para que una tipología de agente empresarial en principio ajeno a la industria turística, las operadoras de telefonía móvil, se convierta en una fuente indispensable para la producción estadística referida al sector turístico. Entre las estadísticas experimentales del INE figura el proyecto “Medición del Turismo Nacional y Receptor a partir de la posición de los teléfonos móviles” que puede suponer un gran avance a lo largo de 2021 en la cuantificación de los flujos de demanda del sector turístico español. Consolidar esta metodología implicará un salto cuantitativo en términos de inmediatez y precisión de los resultados obtenidos frente a las técnicas tradicionales de encuestación. Que el INE lidere un proyecto tan ambicioso como este facilitará incorporar un elemento de racionalidad en una situación en la que las grandes operadoras compiten ferozmente por vender a los destinos turísticos sus servicios de análisis de datos turísticos en el ámbito del *big data*.

Probablemente, a medio plazo, la labor de cuantificación de la demanda estará basada en gran medida en estas nuevas técnicas de análisis, dado que las conexiones a antenas de una tarjeta SIM y los movimientos de una tarjeta bancaria, por citar dos de estas fuentes, aportan unas potencialidades al sistema estadístico que no pueden dejar de aprovecharse. Por su parte, la importantísima dimensión de caracterización de la demanda como, por ejemplo, la tipología turística que motiva el viaje o la opción de alojamiento elegido, deberá seguir apoyándose en metodologías que recuerden más a la encuestación tradicional,

lógicamente apoyada en los procesos de digitalización con aplicación en el ámbito de la investigación de mercados.

En conclusión, las estadísticas turísticas disponibles en España representan una referencia para el análisis, la toma de decisiones y la competitividad de destinos y empresas turísticas que han ido evolucionando en cantidad y calidad desde sus comienzos. Ante la pregunta de ¿cómo podrían las estadísticas seguir contribuyendo a esta función en el futuro?, pensamos que las posibilidades de mejora de las estadísticas podrían seguir dos direcciones. Una de ellas sería incrementar la eficiencia en el tratamiento y análisis, reducir los plazos de publicación e incorporar nuevas variables e indicadores. La otra dirección de mejora podría consistir en evolucionar iniciativas como DATAESTUR hacia cuadros de mando personalizables por los usuarios que incorporaran diseños y funcionalidades que, en un entorno de alta incertidumbre y volatilidad, ayudaran a tomar decisiones a medio y largo plazo, pero, también, que permitiera reacciones a corto plazo.

Las estadísticas turísticas disponibles en España representan una referencia para el análisis, la toma de decisiones y la competitividad de destinos y empresas turísticas que han ido evolucionando en cantidad y calidad desde sus comienzos

Algunas de estas sugerencias pueden sonar lejanas o difíciles de ejecutar, pero si, en estos años, el INE ha conseguido proporcionar un servicio y una información de mayor valor, ha optimizado sus procesos de tratamiento y análisis de datos y ha demostrado su disposición de colaboración e incorporación de indicadores pensamos que es el compañero idóneo de viaje a quien proponérselo. ●

Población estacional y turismo: una aproximación cuantitativa

**Cristina Rovira, Josep Anton Sánchez,
Daniel Ibáñez**

Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat)

Introducción

La carga de población que soportan los municipios a lo largo del año puede ser muy diferente a la mostrada por los datos padronales, y tiene diferentes componentes (residencial, laboral, vacacional), siendo el turismo el componente principal en muchos territorios. La cuantificación de dicha carga poblacional es una necesidad para los planificadores de infraestructuras y servicios territoriales y es de especial relevancia en las zonas turísticas que se caracterizan por una elevada variabilidad estacional en el número personas presentes en el municipio.

La carga de población que soportan los municipios a lo largo del año puede ser muy diferente a la mostrada por los datos padronales, y tiene diferentes componentes (residencial, laboral, vacacional), siendo el turismo el componente principal en muchos territorios

La estimación de la población estacional constituye una herramienta útil como medida complementaria a la población empadronada cuando se requieren umbrales de población, para determinar el carácter turístico de un municipio o para acceder a determinados servicios o equipamien-

tos. Por ejemplo, en Cataluña se requiere un mínimo de población equivalente a tiempo completo anual para establecer determinados equipamientos comerciales en un municipio, lo que permite que, municipios en los cuales la población empadronada no alcanza el umbral requerido, puedan acceder a estos equipamientos.

La necesidad de que las administraciones y los agentes locales y regionales implicados en tareas de planificación pudieran disponer de estas estimaciones llevó a Idescat a realizar en 1998 una aproximación a la cuestión, introduciendo el concepto de población equivalente a tiempo completo anual (ETCA) y definiendo la carga demográfica como la población residente, sumándole la población no residente presente y restándole la población residente ausente.

En 2010 desde el Idescat se dio un paso adelante en la puesta al día del proyecto de la población estacional con la creación de un marco conceptual que engloba la población ETCA y la población vinculada, la actualización de los resultados con periodicidad anual y la disponibilidad de datos trimestrales que recojan la estacionalidad de la población a lo largo del año.

Metodología

Las **estimaciones de población estacional** constituyen una estimación de las cargas de población que soporta cada municipio y miden el número de personas que hay en un municipio en media anual y en media trimestral.

Se considera la población que tiene vinculación con el municipio, ya sea porque reside, trabaja o estudia allí o porque pasa algún periodo de tiempo (vacaciones, veraneo, fines de semana), tanto en residencias propias como en casas de familiares o amigos o en establecimientos turísticos (hoteles, campings, apartamentos, etc.). No se consideran los movimientos sin pernoctación diferentes a la movilidad obligada por trabajo o estudio.

La unidad de medida son las personas equivalentes a tiempo completo anual (ETCA). Una persona ETCA equivale a 365 días de estancia en el municipio. La **población estacional ETCA** se define como el saldo resultante de las entradas de población no residente en el municipio y las salidas de población residente en el municipio, medido en personas ETCA. Se ofrecen datos para los municipios mayores de 5.000 habitantes, las capitales comarcales, las 41 comarcas de Cataluña y Arán.

Las estimaciones de población estacional se conciben como una estadística de síntesis que integra la información existente en diversas fuentes estadísticas. Se calculan a partir de los flujos por turismo, estancias en residencias secundarias, movilidad habitual por trabajo y movilidad habitual por estudio. Se consideran tanto flujos de entrada como flujos de salida. Se usan métodos descendentes, que primero cuantifican los flujos a nivel de Cataluña y posteriormente determinan su distribución municipal con modelos matemáticos y métodos de estimación de pequeñas áreas.

Turismo

El componente turístico incluye turismo en hoteles, turismo en campings, turismo en apartamentos, alojamientos de turismo rural y pasajeros de cruceros en tránsito. Para su cuantificación se clasifican los flujos en tres grupos: flujos de entrada con pernoctación, flujos de salida con pernoctación y flujos relativos a cruceros en tránsito. Para la estimación de las pernoctaciones y viajeros de cada uno de estos cuatro tipos de flujos se establecen a su vez 2 etapas: estimación del flujo trimestral para el total de Cataluña y estimación del flujo a nivel municipal.

En la estimación de los flujos de entrada con pernoctación los datos se obtienen de las Encuestas de ocupación en hoteles, campings, apartamentos turísticos y establecimientos de turismo rural.

La encuesta de ocupación hotelera permite obtener una estimación directa de los viajeros y pernoctaciones en **establecimientos hoteleros** de cada trimestre en tres niveles territoriales di-

ferentes: el total de Catalunya, las zonas turísticas y los puntos turísticos. Para los municipios que son punto turístico, se toma la estimación de pernoctaciones proporcionada por la encuesta, que representan el 82% de las pernoctaciones hoteleras de Cataluña. Para los municipios que no son puntos turísticos se realiza una estimación por métodos de pequeña área, con un estimador compuesto que incorpora datos de pernoctaciones y ocupación hotelera en la comarca y sus puntos turísticos, y datos de plazas hoteleras en cada municipio.

Las estimaciones de población estacional se conciben como una estadística de síntesis que integra la información existente en diversas fuentes estadísticas

La estimación de pernoctaciones y viajeros en **campings, en apartamentos y en turismo rural** es análoga. En Cataluña, las pernoctaciones en los puntos turísticos representan respectivamente el 73%, el 64% y el 1% de las pernoctaciones totales en cada sector.

En la estimación de los flujos de salida con pernoctación los datos se obtienen de las Encuestas de ocupación en establecimientos turísticos (hoteles, campings, apartamentos y turismo rural) para las estancias en el resto de España y de la Encuesta de turismo de residentes para las estancias en el extranjero.

Una vez se ha cuantificado el flujo total de salidas se procede a determinar la distribución territorial según lugar de residencia a partir de modelos matemáticos y la tendencia de turismo emisor en Barcelona, el resto de la zona metropolitana de Barcelona y el resto de Cataluña.

En la estimación de los flujos relativos a cruceros turísticos se incluyen datos de los puertos de Barcelona, Palamós, Roses y Tarragona, y se contabilizan únicamente los pasajeros en tránsito (media jornada por viajero).

Residencia secundaria

El componente residencial incluye las estancias en viviendas distintas a la habitual, tanto residencias secundarias como casas de familiares y amigos. Para su cálculo se clasifican los flujos de entrada y salida en cuatro grupos: de un municipio a otro dentro de Cataluña, de Cataluña hacia el resto de España, del resto de España hacia Cataluña y de Cataluña hacia el extranjero. Para la estimación de las pernoctaciones y viajeros de cada tipo de flujos se establecen a su vez tres etapas: estimación del flujo anual para el total de Cataluña, estimación del flujo a nivel municipal y estimación trimestral de los flujos municipales.

La cifra de pernoctaciones en segundas residencias y casas de familiares y amigos correspondientes a los flujos Cataluña-Cataluña, Cataluña-resto de España y resto de España-Cataluña se calcula a partir de la Encuesta de turismo de residentes. Para el flujo Cataluña-extranjero se usan los datos de la Estadística de movimientos turísticos en frontera.

La población estacional oscila significativamente a lo largo del año, y en los municipios turísticos registra sus valores máximos en el tercer trimestre

Para la distribución por municipios de cada uno de los cuatro flujos se aplica un modelo que incorpora la marca turística, la disponibilidad y uso de la segunda residencia según el Censo de población y un perfil turístico con cuatro categorías (Barcelona ciudad, municipio litoral, municipio de montaña y municipio de interior).

Para la estimación trimestral se utilizan los datos de estancia en segundas residencias en diferentes períodos del año (fines de semana, Semana Santa, vacaciones de verano, Navidad y otros períodos), provenientes de la Encuesta de condiciones de vida y hábitos de la población.

Resultados

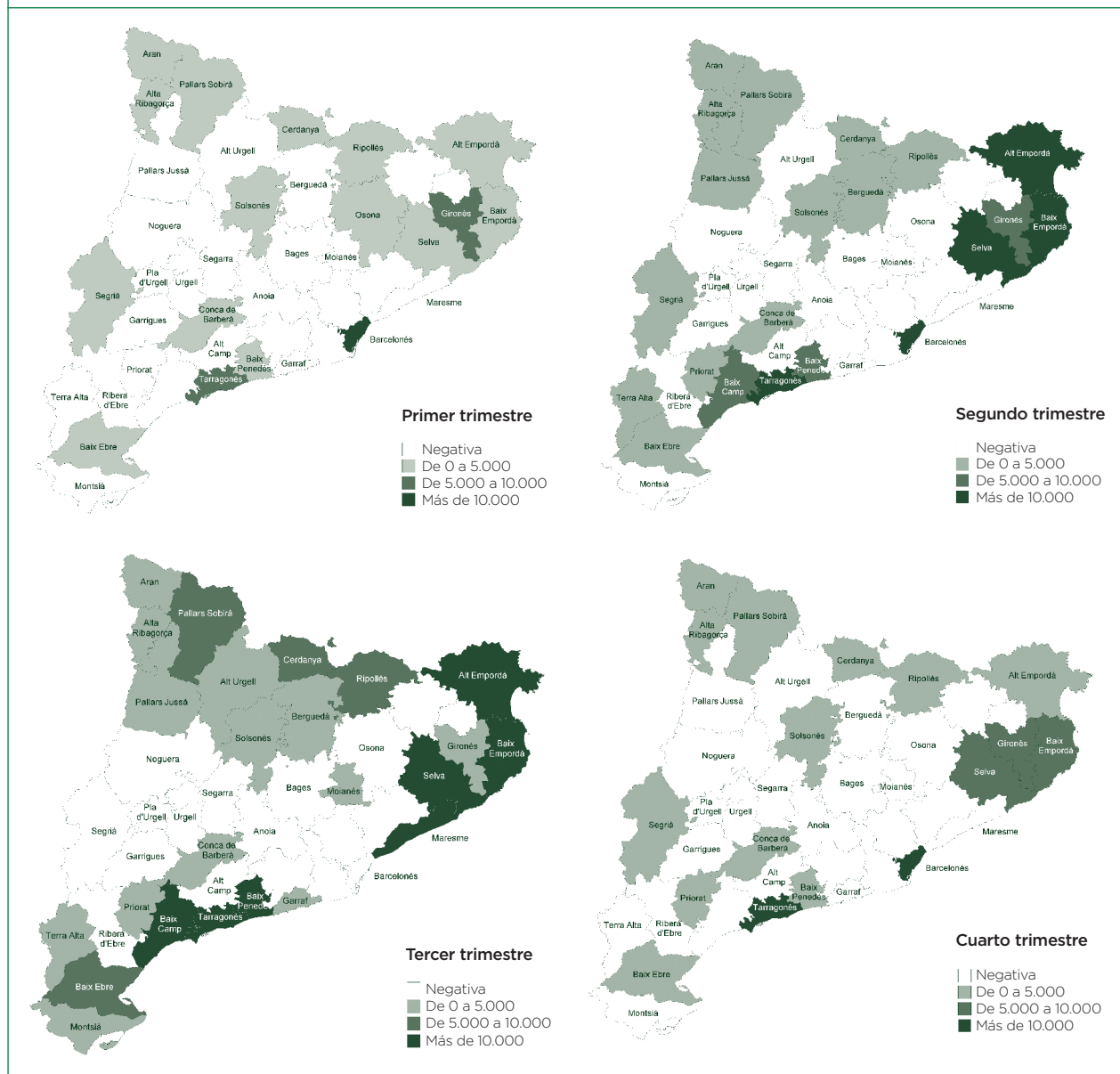
En 2019 Barcelona es el municipio con mayor población estacional, 91.633 personas ETCA, resultado de una población no residente presente de 257.990 personas ETCA y una población residente ausente de 166.357 personas ETCA. Le siguen Salou, Lloret de Mar, Cerdanyola del Vallés y Tarragona con población estacional de 23.033, 16.305, 12.309 y 10.037 personas ETCA, respectivamente.

En valores relativos destaca Santa Susanna, con una proporción de población estacional ETCA, equivalente al 166,1% de la población empadronada en el municipio. Es decir, en equivalencia a tiempo completo anual este municipio más que dobla su población empadronada. Le siguen Salou, Tossa de Mar, Castell-Platja d'Aro y Torroella de Montgrí con incrementos sobre la población residente entre el 83,8% y el 47,9% respectivamente.

La población estacional oscila significativamente a lo largo del año, y en los municipios turísticos registra sus valores máximos en el tercer trimestre. Salou, con una población empadronada de 27.476 habitantes, triplica su población durante el tercer trimestre: la población estacional en el primer y cuarto trimestre del año es inferior a 7.000 personas ETCA, en el segundo trimestre se sitúa en 30.000 personas ETCA y en el tercer trimestre sube hasta las 53.000 personas ETCA. Por otro lado, en algunos municipios turísticos del Pirineo, el tercer trimestre es el de mayor población estacional, seguido del primer trimestre.

En contraposición, algunos municipios registran en el tercer trimestre los valores mínimos anuales de población estacional, que son de signo negativo. En Barcelona la población estacional del tercer trimestre es de -27.000 personas ETCA mientras que en cada uno de los restantes trimestres del año supera las 124.000 personas ETCA.

En los mapas 1 a 4, se puede visualizar por comarcas de Cataluña cómo se va modificando en el territorio a lo largo del año la carga de población, siendo lógicamente el tercer trimestre el que concentra más población. También, se puede apreciar el comportamiento de la comarca del Barcelonés durante el tercer trimestre, siendo el territorio con mayor emisión de población y contrastando con la dinámica que ofrece el resto del año.

FIGURA 1. POBLACIÓN ESTACIONAL ETCA POR TRIMESTRE. COMARCAS DE CATALUÑA 2019

Fuente: Idescat.

Conclusiones

La estimación de la población estacional contribuye a un conocimiento más preciso de la realidad demográfica de los municipios a lo largo del año y es especialmente relevante en las zonas turísticas para dimensionar adecuadamente los servicios y equipamientos que necesita la población en cada época del año.

Si bien la aproximación estadística a este concepto de carga demográfica ha permitido

complementar las estadísticas tradicionales de recuento de población, la disponibilidad de nuevos datos procedentes del aprovechamiento estadístico de registros administrativos y de nuevas estadísticas experimentales basadas en *big data*, permitirá la introducción de mejoras metodológicas en la estimación de la población estacional y la posibilidad de ofrecer resultados con fuentes actualizadas con más frecuencia y más granularidad territorial. ●

ESTADÍSTICA EXPERIMENTAL - ESTIMACIÓN MENSUAL DE NACIMIENTOS (EMN)

Descarga gratuita a través de la web del INE

El Instituto Nacional de Estadística (INE) ha puesto en marcha una operación experimental dedicada a la estimación mensual del número de nacimientos por provincias, que complementa a la estimación del número de defunciones que, también con carácter experimental, se viene publicando cada dos semanas.

El INE aborda este proyecto con datos actualizados recibidos cada mes desde los Registros Civiles combinados con información histórica de la Estadística de Nacimientos, con el fin de estimar los nacimientos ocurridos durante el brote de COVID-19.

El objeto es la estimación del número de nacimientos ocurridos desde julio de 2020 (los datos del primer semestre ya se encuentran publicados con carácter provisional) y su comparación con los datos históricos desde el año 2016, lo que permite interpretarlos con una perspectiva temporal necesaria, dada la variabilidad que siempre presentan y la paulatina disminución que se viene observando en el número de nacimientos durante los últimos años.

Durante la primera quincena de cada mes se publicarán estimaciones de nacimientos actualizadas que abarcarán hasta el mes m-2 completo.

Así, en el proyecto convivirán tres tipos de datos:

- Datos definitivos (nacimientos de 2016 a 2019)
- Datos provisionales (inicialmente, la primera mitad de 2020)
- Datos estimados (desde julio 2020)

ESTADÍSTICA EXPERIMENTAL - COYUNTURA DEMOGRÁFICA DE EMPRESAS PRIMER, SEGUNDO Y TERCER TRIMESTRE DE 2020

Descarga gratuita a través de la web del INE

La estadística experimental de Coyuntura Demográfica de Empresas nace de la necesidad de información de mayor frecuencia, especialmente durante la crisis generada por la pandemia COVID-19, sobre los fenómenos de creación, supervivencia, reactivaciones y destrucción de empresas, así como su caracterización mediante variables de clasificación, especialmente las vinculadas a Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), actividad económica, tamaño o características sociodemográficas para los trabajadores autónomos.

La operación se centra en dos poblaciones de interés: las unidades legales empleadoras y los trabajadores autónomos. En ambas se incluyen diversas series de datos sobre los stocks en cada trimestre y los flujos ocurridos entre trimestres sucesivos.

La cobertura por actividades económicas es idéntica a la utilizada para la Explotación Estadística del Directorio Central de Empresas (DIRCE). Quedan por tanto excluidas las actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras, los servicios administrativos de las administraciones públicas, las actividades de los hogares que emplean personal doméstico y los organismos extraterritoriales.

La estadística experimental de Coyuntura Demográfica de Empresas tendrá en adelante una periodicidad trimestral.

DIRECCIONES Y TELÉFONOS DE INTERÉS

INE-Avenida de Manoteras, 50-52 - 28050 Madrid. www.ine.es

Atención a usuarios

Tfno.: 91.583.91.00

Fax: 91.583.91.58

Consultas: www.ine.es/infoine

Lunes a jueves de 9 a 14 y de 16 a

18 horas

Viernes de 9 a 14:30 horas

Índice-Librería del INE

Tfno.: 91.583.94.38

Fax: 91.583.45.65

E-mail: indice@ine.es

Lunes a viernes de 9 a 14:30 horas

Biblioteca

E-mail: biblioteca@ine.es

PUBLICACIONES EDITADAS POR EL INE DE ENERO A MARZO DE 2021

INEbase. Enero 2021

Descarga gratuita a través de la web del INE

Contenido:

- Cifras de Población a 1 de enero de 2020
- Encuesta Europea de Salud. 2019
- EPA. Flujos de la población activa. 4.º trimestre 2020
- EPA. Resultados anuales. 2020.
- Estadística de Migraciones. Resultados provisionales. 1.º trimestre 2020
- Indicadores de Confianza Empresarial. 1.º trimestre 2021
- Movimiento natural de la población. 1.º trimestre 2020
- Nomenclátor: Población del Padrón Continuo por Unidad Poblacional. A 1 de enero de 2020.

INEbase. Diciembre 2020

Descarga gratuita a través de la web del INE

Contenido:

- Cifras de Población. A 1 de enero de 2020
- Cifras de población (Población de los Municipios Españoles. Revisión del Padrón Municipal)
- Contabilidad Nacional Anual de España. Serie 1995-2019
- Contabilidad Nacional Anual de España. 2018. Tabla de pensiones
- Contabilidad Nacional Anual de España. 2019. Cuentas trimestrales no financieras de los sectores institucionales
- Contabilidad Nacional Trimestral de España. 3.º trimestre 2020
- Contabilidad Regional de España. Serie 2000-2019
- Cuenta satélite del turismo de España. 2019
- Cuentas ambientales: Cuenta de gasto en protección medioambiental. Serie 2010-2018 y avance 2019
- Cuentas ambientales: Cuentas de bienes y servicios ambientales. Serie 2014-2018 y avance 2019
- Cuentas ambientales: Cuentas de flujos de materiales. Serie 2008-2018 y avance 2019
- Directorio Central de Empresas DIRCE. 2020
- El empleo de las personas con discapacidad. 2018
- Encuesta Coyuntural sobre Stock y Existencias. 3.º trimestre 2020
- Encuesta de Comercio Internacional de Servicios. 3.º trimestre 2020
- Encuesta de Turismo de Residentes. 3.º trimestre 2020
- Encuesta sobre innovación de las empresas. 2019
- Encuesta trimestral de coste laboral. 3.º trimestre 2020
- Estadística de defunciones según causa de muerte. Enero-mayo 2019-2020.
- Estadística de hipotecas. 3.º trimestre 2020.
- Estadística de Migraciones. Resultados definitivos. 2019
- Estadística de vida laboral de las personas con discapacidad. 2018
- Estadística sobre transporte ferroviario. 3.º trimestre 2020
- Indicadores demográficos básicos. 2019
- Índice de coste laboral armonizado. ICLA. 3.º trimestre 2020
- Índice de Precios de Vivienda (IPV). 3.º trimestre 2020
- Índice de Precios del Sector Servicios. 3.º trimestre 2020
- Movimiento natural de la población. 2019
- Tablas de mortalidad de la población de España. 2019