

# 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 FAMILI-TUR) 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 extrahotelero.

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. ●