

ESTADÍSTICA DE MOVIMIENTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPAÑOLES (Familitur)

Eva Aranda Palmero*

Resumen. El objetivo del presente artículo es dar a conocer la experiencia española en la investigación del comportamiento turístico de los residentes en España mediante la utilización de una estadística tipo panel (Familitur). España es de los pocos países que utiliza esta forma de obtener la información para el estudio del turismo nacional; por ello se cree que será de interés compartir nuestra experiencia y exponer las ventajas que se pueden derivar de la utilización de este sistema de cara a la obtención de información útil, fiable y actualizada.

Palabras clave. Turismo nacional, turismo interno, turismo emisor, panel de hogares, comportamiento turístico.

I. INTRODUCCIÓN

El Instituto de Estudios Turísticos elabora desde el año 1996 la estadística de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur); a partir del año 1999 Demoscopia y ODEC son las empresas adjudicatarias encargadas de llevar a cabo el trabajo de campo y la elevación de los resultados, respectivamente. Estas dos empresas llevan dos años trabajando en estrecha relación con el Instituto de Estudios Turísticos con el fin de dar un nuevo impulso a la estadística Familitur. Desde el año 1999 se han producido una serie de cambios metodológicos importantes encaminados a mejorar la citada estadística. El objetivo del presente artículo es dar a conocer esta experiencia conjunta, detallando los cambios realizados, los problemas hallados y las soluciones encontradas.

En primer lugar, y con el objetivo de no cansar al lector con un denso documento metodológico, se ofrecerán una serie de nociones básicas acerca de Familitur, que se considera son necesarias para la comprensión de los temas que se van a exponer. Posteriormente se procederá a exponer los cambios introducidos en la estadística durante estos dos años, los motivos para haberlos efectuado, las ventajas y los inconvenientes encontrados y los conceptos novedosos que se obtienen de Familitur. Se trata, por tanto, de ofrecer un conjunto de información acerca de las características intrínsecas de la encuesta que pueden ser de gran interés tanto para los usuarios como para aquellas entidades que efectúen encuestas de tipo similar. Por último, se ofrece un documento metodológico más detallado para aquellos lectores que deseen mayor información acerca de estas cuestiones.

* Economista de la empresa Demoscopia S. A., responsable de la toma de datos de campo de la estadística Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur).

II. OBJETIVOS DE Familitur

El objetivo básico de la estadística Familitur es recoger información de todos los viajes realizados por los españoles (turismo nacional), tanto dentro de España (turismo interno) como hacia el extranjero (turismo emisor), siempre que lleven asociada al menos una pernoctación fuera del entorno habitual.

Esta operación estadística está incluida en el Plan Estadístico Nacional desde 1997¹. La información obtenida en Familitur satisface los compromisos asumidos por España en materia estadística en relación a la sección C de la *Directiva 95/57/CE del Consejo de la Unión Europea sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo*.

Así mismo, la realidad social de España y las características del comportamiento viajero de sus habitantes hicieron que el IET se plantease efectuar un estudio que pudiese ofrecer, además de información de viajes, un estudio sociológico a lo largo del tiempo del comportamiento viajero de los habitantes en España, mediante la utilización de un panel de hogares.

III. BREVE NOTA METODOLÓGICA

Familitur se basa en un panel de hogares, compuesto por un total de 10.800 hogares seleccionados por todo el territorio nacional. La selección de la muestra se efectúa mediante un muestreo estratificado, atendiendo a criterios demográficos (tamaño de hábitat) y socioeconómicos.

Los hogares son encuestados tres veces a lo largo del año, preguntando, cada vez, acerca de los viajes efectuados por todos los miembros del hogar, durante los cuatro meses anteriores a la fecha de realización de la entrevista. De este modo se recogen todos los viajes realizados por las familias seleccionadas durante un año.

La primera entrevista, en la que se procede a la captación de las familias que van a integrar el panel, se lleva a cabo mediante una entrevista personal en el domicilio. Las entrevistas sucesivas se efectúan del modo que la familia escoja, que puede ser bien personal a domicilio o bien mediante encuesta telefónica (sistema CATI).

IV. NOVEDADES INCORPORADAS A PARTIR DE 1999

IV.1. Ampliación de la muestra

Hasta el año 1999 el tamaño muestral de Familitur era de 3.200 hogares: en 1999 se triplicó la muestra, aumentando a 10.800 hogares. Este aumento del tamaño muestral permite ofrecer datos a nivel regional.

IV.2. Análisis de los viajes de corta duración a segunda residencia

Desde 1999 se recoge en el cuestionario la información relativa a este tipo de viajes, que se trata de los desplazamientos de menos de cuatro noches de duración que las familias efectúan a su segunda residencia y que suelen coincidir con los fines de semana.

Gracias precisamente a esta encuesta, se ha podido comprobar que este tipo de viajes son de suma importancia en España, pues, del total de los 123.4 millones de viajes que efectuaron los españoles durante 2000, el 63% fueron de estas características.

IV.3. Periodo de referencia cuatrimestral en vez de trimestral

Durante los años 1997 y 1998 las tomas se efectuaban trimestralmente, dividiéndose la muestra, en cada toma, en tres grupos. Esta forma de recogida de la información hacía que fuera difícil obtener información durante las entrevistas que debían realizarse en meses vacacionales, como julio o agosto, porque las familias se encontraban de vacaciones.

Además se planteaba otro problema, consistente en que se estaban dividiendo los periodos vacacionales. El incluir en distintas tomas un mismo periodo vacacional (como la temporada de verano) provocaba que, a la hora de realizar análisis de temporadas era preciso esperar a que hubiese concluido la toma siguiente.

Estos hechos llevaron a que, en el cambio metodológico producido en 1999 se replantease la periodicidad de las tomas. Se concluyó que la forma más eficiente de recoger la información debía ser de modo cuatrimestral. De este modo, se establecieron como periodos de referencia los tres siguientes: el primero recogería los viajes efectuados en los meses de febrero a mayo, y la encuesta se realizaría en el mes de junio. Con ello, el periodo de referencia recoge siempre

los viajes realizados durante la Semana Santa, tanto si ésta queda incluida en el mes de marzo como si lo hace dentro del mes de abril, lo que es un hecho clave a la hora de poder realizar comparaciones interanuales. El segundo periodo cubre los cuatro meses de la temporada de verano (junio-septiembre) y la toma de datos se realiza en el mes de octubre, cuando la mayoría de las personas han vuelto ya de sus vacaciones estivales. Por último, el periodo de octubre a enero, que recoge todos los viajes realizados durante las Navidades y cuya encuestación se efectúa en el mes de febrero.

Esta forma de recogida de la información no es incompatible con los requerimientos de información trimestral de la Directiva Comunitaria ya que, aunque el periodo de referencia de la encuesta sea cuatrimestral, se puede ofrecer información trimestral, al obtenerse datos relativos a cada uno de los meses que comprenden cada toma.

IV.4. Introducción de un área de expectativas

En el año 2000 se ha introducido un área de expectativas en el cuestionario, en la que se pregunta a los panelistas acerca de su intención de viajar durante el siguiente periodo de referencia (cuatro meses). Se obtiene información del mes en el que se piensa viajar, del número de personas que van a intervenir en el viaje y del destino.

El objetivo principal es poder efectuar estimaciones y avances de resultados. Al tratarse de una estadística tipo panel va a

ser posible contrastar la información acerca de los viajes que cada familia piensa efectuar con los viajes que ha realizado posteriormente.

Además, no hay que olvidar que se dispone de gran cantidad de información sociodemográfica asociada al hecho de viajar y sobre los hábitos turísticos de los hogares. Todo ello, unido al área de expectativas, va a permitir efectuar análisis de tipologías, de los que se puede derivar la elaboración de modelos de predicción acerca de la futura actividad turística de los residentes.

En la actualidad se está estudiando esta información y se podrán ofrecer estimaciones cuando se disponga de una serie mas larga.

IV.5. Investigación de las excursiones de un día

Esta área se ha introducido en el cuestionario en el año 2000 de forma experimental. Se trata de recoger los viajes de un día realizados por los miembros del hogar durante el periodo de referencia, es decir, los desplazamientos fuera del entorno habitual que no lleven asociada una pernoctación.

Hasta la fecha, éste es el primer estudio a nivel nacional que trata de medir este tipo de desplazamientos, si bien en la actualidad el Ministerio de Fomento está elaborando una encuesta que aportará mayor información acerca de este fenómeno, lo que permitirá el contraste de los datos obtenidos por ambos estudios.

V. ¿POR QUÉ UN PANEL DE HOGARES?

En primer lugar, se van a ofrecer unas breves pinceladas del comportamiento turístico de los residentes en España, ya que son, precisamente, las particularidades de este comportamiento las que impulsaron al Instituto de Estudios Turísticos a utilizar una estadística tipo panel para el estudio de este fenómeno.

Desde el punto de vista del turismo de los extranjeros, España se caracteriza por ser uno de los principales países receptores de turismo, situándose en la tercera posición del ránking mundial de llegadas de turistas. Sin embargo, desde el punto de vista del turismo nacional, el análisis de la actividad turística de los residentes en España pone de manifiesto que, del total de la población española, viaja la mitad.

Una de las características de los viajes de los españoles es que son, en la mayoría de las ocasiones (el 91% en el año 2000), interiores. Otra de las particularidades del turismo en España, en comparación con el realizado por los residentes en otros países, es el fenómeno de la segunda residencia. El Panel de Hogares de la Unión Europea permite un estudio de la accesibilidad a este bien en los distintos países de la UE y, se puede comprobar la importancia relativa que tiene en España. Los viajes a esta segunda residencia supusieron, en 2000, más del 63% del total de los viajes efectuados por los españoles.

Tal vez podríamos encontrar una explicación a estos fenómenos en que las migracio-

nes interiores han hecho que el 50% de la población española resida en un lugar distinto al que le vio nacer, lo que puede provocar gran cantidad de viajes con el objeto de visitar a familiares o amigos. Los datos de 2000 parecen confirmar esta hipótesis, ya que el 21% del total de los viajes que realizaron los españoles fue por este motivo.

Como se puede comprobar, el comportamiento turístico español es atípico si se compara con el de otros países, destacándose principalmente por un baja proporción de la población que viaja, por la utilización de la segunda residencia y por la baja tasa de viajes emisores.

Estos hechos influyeron en que se dedicase gran esfuerzo al estudio de la población tanto viajera como no viajera, y a la investigación de las características sociodemográficas que influían en el comportamiento de los españoles frente al fenómeno turístico.

En otro orden de cosas hay que destacar que la aceptación de la encuesta ha sido muy positiva, pues la negativa por parte de los hogares a seguir colaborando entre tomas es inferior al 5%.

VI. PRINCIPAL APORTACIÓN DEL PANEL: EL ESTUDIO DEL VIAJERO

VI.1. Definición y concepto de viajero

En la Decisión de la Comisión² se define al viajero como «toda persona que viaja entre dos o más países o entre dos o más

lugares dentro de su país de residencia». La interpretación que desde el Instituto de Estudios Turísticos se ha hecho de esta definición es que el concepto «viajero» está asociado a una persona, por lo que a un individuo se le considerará viajero cuando haya realizado, al menos, un viaje, independientemente de que haya efectuado más de uno. Según esta interpretación, la unidad de análisis «viajero» requiere un tratamiento especial y muy distinto a la unidad «viaje». Efectivamente, un viaje no se asocia con una persona sino con un desplazamiento. Profundizando más en ambas definiciones, podríamos decir que los desplazamientos son agregables pero que, a la hora de agregar «viajeros» hay que hacerlo de un modo especial de tal forma que no se sume a un individuo consigo mismo, es decir, no se puede contar a una persona como «viajero» dos veces. Por lo tanto, para calcular el número de «viajeros» hay que efectuar un análisis longitudinal de cada uno de los individuos.

Un breve ejemplo puede ayudar a aclarar ambos conceptos: Si un individuo efectúa dos viajes durante el mes de enero y tres viajes durante febrero, será contabilizado como: un «viajero» en enero, como un «viajero» en el mes de febrero y como un «viajero» en el periodo acumulado enero-febrero. Sin embargo, si lo que se quiere contabilizar son los viajes, en este caso concreto se habrán efectuado dos viajes en enero, tres viajes en febrero y, en el acumulado enero-febrero habrá un total de cinco viajes.

Se puede decir que la mejor forma de obtener la variable «viajero» es mediante

una operación tipo panel, ya que en las encuestas con muestras independientes es difícil efectuar un seguimiento longitudinal del individuo, lo que impide saber si se está contando como «viajero» dos veces a la misma persona. De este modo si, por ejemplo, un mismo ciudadano alemán visita España en reiteradas ocasiones durante un mismo periodo de referencia, se contabilizarán tantos «viajes» como desplazamientos con pernoctación a España haya realizado. Asimismo, en las encuestas realizadas, por ejemplo, en hoteles, si un mismo individuo se aloja en distintos hoteles se contabilizará como distintos viajes, ya que no se puede hacer un análisis longitudinal de cada uno de los individuos.

Del mismo modo, las encuestas efectuadas bien en fronteras o bien en destino, utilizan como unidad de análisis el «viaje». La principal ventaja de estas encuestas es que los informantes son, en todos los casos, personas que están viajando, lo cual permite obtener mucha información sobre las características asociadas a los viajes, pero como estas encuestas no se dirigen a los no viajeros, resulta imposible obtener información acerca de este segundo colectivo ni, por lo tanto, relativizar los resultados obtenidos.

Sin embargo, la estimación de la variable «viajero» estudiada en Familitur va a permitir ofrecer resultados relativos al total poblacional, como por ejemplo, que el 50,2% de la población española efectuó algún viaje durante 2000. Posiblemente hubiese habido otras formas de obtener esta cifra mediante una estadística distinta al panel, como por ejemplo tomando una

muestra independiente en un momento dado del tiempo y preguntando a los individuos si han viajado durante ese año. Sin embargo, este método sufriría en gran medida del efecto recuerdo y, además, no permitiría obtener la evolución de la proporción de viajeros en distintos periodos de tiempo. Por todo ello, se cree que el método más acurado de obtener esta variable es la utilización de un panel de hogares.

Conviene destacar que la estadística Familitur cumple los requerimientos de información de la Directiva Comunitaria ya que, además de investigar la variable «viajero» ofrece resultados de «viajes», que es la unidad de análisis requerida en la Directiva.

VI.2. Comportamiento en función de las características sociodemográficas

El cuestionario de Familitur recoge las características sociodemográficas de cada uno de los miembros de los hogares que forman parte del panel, de tal modo que cada «viajero» y «no viajero» está totalmente identificado por una serie de características como sexo, edad, nivel de estudios, situación en relación con la actividad económica, ocupación, etc., información que, una vez explotada, permite analizar las variables «viajero» y «no viajero» en función de sus características sociodemográficas.

De este modo, la clasificación entre viajeros y no viajeros se puede referir no sólo al total de la población española sino a distintos grupos constituidos atendiendo a as-

pectos sociales, personales, etc., como por ejemplo que, del total de ocupados de la población española ha viajado el 52% mientras que del total de los parados únicamente lo ha hecho el 34%.

Para aquellos individuos que no viajan, se recogen los motivos que les han llevado a no hacerlo, de tal modo que se obtiene información tanto de los motivos que inducen a los «viajeros» a viajar como de los que provocan que los «no viajeros» no viajen.

Los «no viajeros» pueden ser considerados como viajeros potenciales, por lo que obtener información tanto acerca de sus características como de sus motivos, puede ser de gran utilidad a la hora de elaborar campañas promocionales.

VI.3. Análisis longitudinal

El análisis longitudinal del comportamiento viajero es la principal ventaja de la utilización de un panel de hogares. Al obtener información acerca de los mismos hogares en distintos periodos de tiempo, se puede observar la incidencia en el comportamiento viajero de las modificaciones de corte sociodemográfico que han experimentado cada una de las personas que forman parte del hogar. Un análisis pormenorizado de los resultados permitirá comprobar cuál es el impacto de los cambios concretos, tales como pasar de ser parados a encontrar un trabajo, o cambiar de estado civil, etc., en el comportamiento viajero de los individuos.

VI.4. Número anual de viajeros

Como ya se ha indicado, la estadística Familitur se realiza en tres tomas distribuidas a lo largo del año, y en cada una de ellas se obtiene información del número de «viajeros» y del número de «viajes», tanto acumulado como mes a mes. La obtención del número de «viajeros» en el cuatrimestre correspondiente a la toma es relativamente sencilla, ya que todos los individuos que forman parte del panel son comunes dentro de cada una de las tomas y, por lo tanto, es fácil efectuar un seguimiento longitudinal de cada uno de ellos.

Sin embargo, para periodos de tiempo superiores, en los que, como es lógico, se producen tanto altas como bajas, se consideró que el estimador más acurado para obtener el número de viajeros era el resultante de la muestra común. Así, se toma una submuestra de la muestra total que recoge únicamente a los individuos comunes entre tomas. Esta submuestra, gracias a la excelente colaboración de las familias y al alto grado de aceptación que ha tenido la encuesta, ascendió, para el total anual, al 89% de la muestra efectiva. Esto es, casi nueve de cada diez hogares que formaron parte del panel durante la primera toma siguieron colaborando en todas ellas. La submuestra de hogares comunes fue reequilibrada al total poblacional mediante las mismas matrices de equilibrio utilizadas toma a toma.

VII. PROBLEMAS Y SOLUCIONES

VII.1. El efecto recuerdo

Un problema clave asociado a las investigaciones estadísticas destinadas a medir

el comportamiento turístico es el denominado efecto recuerdo, como se puso de manifiesto a nivel internacional en la reunión celebrada en Roma del 24 al 26 de noviembre de 1999³, que permitió constatar que, efectivamente, suponía un problema para muchos países.

En Familitur se pregunta a las familias acerca de los viajes que han realizado en los cuatro meses anteriores a los que se realiza la entrevista, por lo que, en muchas ocasiones, el entrevistado podría no recordar algunas características de los mismos, como las fechas exactas o el gasto efectuado. Para paliar el efecto recuerdo, Familitur utiliza como herramienta un cuaderno de anotación de viajes que se reparte a las familias en la toma de contacto y en el que pueden ir anotando las características de los viajes que van realizando inmediatamente después de hacerlos y cuando tienen fresca toda la información. Este tipo de herramienta no sería posible en otro tipo de encuestas, pero en un panel, la familia sabe a priori que en un espacio de tiempo va a ser preguntada sobre unos temas concretos, hecho que, unido al cuaderno de anotación de viajes, paliar las repercusiones del efecto recuerdo.

VII.2. El efecto aprendizaje

En las sucesivas tomas de Familitur se ha podido comprobar que existe lo que se ha denominado efecto aprendizaje de las familias. Este efecto consiste en que los panelistas, una vez conocen la dinámica del cuestionario, pueden decidir declarar menos viajes de los que efectivamente han

realizado para que la duración de la entrevista sea menor.

Como se explica más adelante, en el cuestionario se solicita a las familias que enumeren todos los viajes que han realizado durante el periodo de referencia y, posteriormente, se les realiza una batería de preguntas acerca de cada uno de ellos. Al tratarse de un panel de hogares que encuesta a los mismos hogares varias veces al año, puede darse el caso de que las familias utilicen el «efecto aprendizaje» y declaren menos viajes.

Se ha comprobado que este problema puede ser paliado a la hora de realizar la entrevista, ya que el encuestador dispone de la información sobre los viajes realizados por esa familia en tomas anteriores e insiste hasta conseguir una información coherente con el comportamiento anterior. En un principio se pensó que el mostrar a un hogar que se dispone de mucha información acerca de él podría ser perjudicial y provocar la negativa del panelista a seguir colaborando, pero la experiencia obtenida en esta materia permite afirmar que los resultados obtenidos tras recordar a la familia sus viajes de olas anteriores, son muy satisfactorios.

En otro tipo de encuestas tipo panel, no se da este efecto ya que la dinámica del cuestionario es distinta y es obligatorio pasar por la mayoría de las preguntas.

VII.3. Optimización de recursos

Según la actual metodología, se están invirtiendo los mismos recursos en la pobla-

ción que viaja que en aquella que no lo hace, que, como se ha señalado constituye más de la mitad de los hogares encuestados.

Además, se da el hecho de que los hogares que no viajan, en ocasiones se sienten incómodos cuando se les pregunta varias veces al año acerca de si han viajado.

La manera de optimizar los recursos y de obtener una información más acurada sería efectuar una encuestación más intensiva a los hogares que realizan viajes y preguntar menos periódicamente a aquellos hogares que no viajan. Sin embargo, esta modalidad de encuestación requeriría conocer cuál debe ser la periodicidad óptima de encuestación de cada hogar, dato sólo deducible mediante la elaboración previa de un análisis de tipologías. Por ello, se ha decidido continuar realizando la encuesta con la misma periodicidad a toda la muestra hasta que se disponga de una serie lo suficientemente larga como para efectuar un análisis cluster o de tipologías que permita una mayor eficiencia en la utilización de los recursos.

Conviene señalar en este sentido que el no disponer de un análisis cluster muy robusto podría tener efectos perversos en la recogida de la información.

VIII. EL CUESTINARIO Y EL PLAN DE EXPLOTACIÓN

La descripción detallada del cuestionario resulta de interés en la medida en que, como en la mayor parte de las investigacio-

nes estadísticas, es la herramienta donde van a quedar recogidos todos los datos que se solicitan a los panelistas y, por consiguiente, la información que va a ser posible obtener de Familitur. Por lo tanto, a continuación se va a exponer la estructura del cuestionario por áreas, qué información se obtiene de cada una de las áreas y la conexión entre ellas.

VIII.1. Áreas del cuestionario

Área de datos básicos del hogar

Este área recoge información acerca de las características de la vivienda en que reside la familia, el número de miembros del hogar, los medios de transporte que posee y los equipos turísticos.

Área de segunda residencia del hogar

En primer lugar se pregunta si se tiene acceso a una segunda residencia y, en caso afirmativo, se efectúa un bloque de preguntas acerca de su ubicación y los viajes de corta duración (menos de cuatro noches) allí efectuados.

¿Por qué se efectúan las preguntas acerca de los viajes de corta duración a la segunda residencia en este área? El motivo es que los viajes de corta duración a la segunda residencia son un tipo de viaje con unas características homogéneas entre sí pero distintas a las del resto de los viajes. Se trata de viajes recurrentes que la familia efectúa con cierta asiduidad: el destino, así como el tipo de alojamiento utilizado son

siempre idénticos. La forma de preguntar acerca de estos viajes en el área de hogares es rápida y sencilla; se pregunta en bloque acerca de todos los viajes de corta duración realizados a esta segunda residencia en el periodo de referencia de modo tal que el informante no tiene que ir detallando uno a uno todos los viajes allí realizados. Además de agilizar la entrevista, este sistema no provoca ninguna pérdida de información, por lo que se considera que su ubicación en el área del hogar es la óptima.

Área de miembros del hogar

En este área se obtienen las características sociodemográficas de cada uno de los miembros del hogar, tal y como el estado civil, la edad, el sexo, el nivel de estudios, la situación laboral y la ocupación.

Una vez se han recogido todos los datos enumerados, se pregunta si cualquier miembro del hogar ha efectuado algún viaje (excepto los ya recogidos de corta duración a segunda residencia) durante el periodo de referencia. En caso afirmativo se pasará al área de viajes, mientras que si ningún miembro del hogar ha viajado se pregunta acerca del motivo para no haberlo hecho.

Área de viajes

Este área recoge todos y cada uno de los viajes realizados por los miembros del hogar. Se toma información acerca del destino, el número de pernoctaciones, la fecha de ida y vuelta, las personas del hogar que han participado en el viaje, el motivo prin-

cipal, el tipo de alojamiento, el medio de transporte, la forma de organización y el gasto realizado.

De entre todos los viajes relatados por el hogar, se selecciona uno aleatoriamente, al que se denomina viaje de referencia.

Área del viaje de referencia

Una vez se ha seleccionado un viaje de referencia, se efectúan una batería de preguntas más exhaustivas, como las distintas etapas que ha tenido el viaje, la antelación en la planificación, la fidelidad de sus visitas, un desglose del gasto, las actividades realizadas y su valoración y el grado de satisfacción acerca de determinados conceptos.

En años anteriores se efectuaba la misma batería de preguntas en todos los viajes declarados por el hogar, lo que hacía que el cuestionario tuviese una elevada duración. Este hecho provocaba, además, el rechazo de las familias a seguir colaborando, por lo que a partir de 1999 se decidió utilizar la herramienta del viaje de referencia, con el objetivo principal de hacer el cuestionario más ágil y con una duración inferior.

La pregunta acerca del desglose del gasto ha sido incluida en el año 2000 por primera vez, y va a ser de gran utilidad en la elaboración de las Cuentas Satélites de Turismo.

Área de excursionismo

Este área está dedicada a obtener información sobre los desplazamientos fuera del

entorno habitual que no llevan asociada alguna pernoctación. Se pregunta acerca del número de «excursiones» realizadas, el número de miembros del hogar que intervienen y la cantidad gastada en la última de ellas, por considerarse que es el gasto que se va a recordar mejor y que es una forma de selección aleatoria perfectamente válida.

VIII.2. Bases en las que se ofrece la información

Con el objetivo de facilitar el análisis y no provocar distorsiones en los mismos, debido a las características ya mencionadas de los viajes de corta duración a segunda residencia, a la hora de ofrecer los resultados, Familitur da la información (desde 1999) en tres bases:

- Base viajes totales: Las tablas efectuadas con esta base recogen todos los tipos de viajes, es decir, tanto los de corta duración a segunda residencia como los viajes turísticos.
- Base viajes turísticos: Se recogen los viajes de larga duración a segunda residencia y el resto de los viajes, tanto de corta como de larga duración, en los que el tipo de alojamiento utilizado no ha sido la segunda residencia.
- Base viajes de corta duración a segunda residencia: Se recogen los viajes recurrentes que efectúan las familias que tienen acceso a una segunda residencia y en los que el número de pernoctaciones es inferior a cuatro noches (corta duración).

VIII.3. Información ofrecida

De la descripción que se ha efectuado sobre la estructura del cuestionario por áreas y de la interrelación de las distintas mismas, se puede deducir que la información que se obtiene en Familitur se estructura en bloques, homogéneos con las citadas áreas.

Así, el plan de tabulación de Familitur ofrece la información dividida en los tres bloques siguientes: hogares, individuos y viajes.

Además, en cada uno de los bloques se ofrece información diferenciada sobre las tres bases mencionadas en el apartado anterior: viajes totales, viajes turísticos y viajes de corta duración a segunda residencia.

Bloque de hogares

Este primer bloque ofrece información relativa al hogar, que procede básicamente del área de datos básicos y su interrelación con los viajes declarados.

La información se refiere, en la mayoría de los casos, al total de hogares de la población española (12,1 millones en 2000) ya que es éste el marco de elevación de esta unidad de análisis.

Un ejemplo de la información que se deriva de este bloque sería: con la base «viajes totales», que un 61,7% los hogares españoles fueron viajeros en 2000, es decir, al menos uno de sus miembros efectuó al menos un viaje durante el citado año; con

base viajes turísticos la proporción de hogares viajeros disminuye, pasando a ser del 58,7%, al quedar excluidos los de corta duración a segunda residencia.

En este bloque se explota la información del área de datos básicos acerca del equipamiento turístico de que dispone el hogar, así como su incidencia en el hecho de viajar. Como ejemplo se puede citar que, mientras que los hogares que dicen carecer de equipos turísticos viaja el 44%, de los que poseen este tipo de bienes viaja el 70%; y dentro del grupo de hogares que tiene equipamiento turístico, de los que tienen palos de golf viaja el 87%.

Bloque de individuos

En este bloque se ofrece información acerca de las características sociodemográficas tanto de la población viajera como de la no viajera. La información contenida en este bloque procede del área de miembros del hogar y de su conexión con el área de viajes.

Es conveniente destacar que Familitur utiliza un novedoso concepto del individuo que viaja: el viajero, y que constituye la unidad de análisis de este bloque. El concepto de viajero se analiza en profundidad en el punto VI.1. de este artículo.

El referente de la información de este bloque es siempre el total de la población española, 40 millones de personas, que se clasifican en viajeros y no viajeros en función de si han realizado (o no) un viaje durante el periodo de referencia.

A modo de ejemplo, se puede señalar como dato global que durante el año 2000 realizó viajes turísticos el 46,8% de la población española, y como datos más pormenorizados, la incidencia a la hora de viajar de características personales como el nivel de estudios o la situación laboral. En cuanto a la primera se observa que, de las personas sin estudios viajó el 33% mientras que de la población con estudios superiores, efectuó viajes el 69%. Respecto a la situación laboral, del total de ocupados del país viajó el 52% mientras que de los parados lo hizo el 34%.

Bloque de viajes

En este bloque se obtiene toda la información que se ha recogido en el área de viajes y en el área de viaje de referencia, con desagregación por Comunidad Autónoma tanto de residencia como de origen, e incluso una matriz origen-destino de los viajes. La información diferencia también las tres bases de viajes mencionadas.

Si se toma como base el total viajes (123,4 millones en 2000) para analizar, por ejemplo, el tipo de alojamiento, se comprueba que en el 46% de ellos se utiliza la vivienda en propiedad y en el 34% la vivienda de familiares o amigos. Este mismo análisis, utilizando como base los viajes turísticos (46,1 millones), demuestra que en el 10% de los viajes se utilizó la vivienda en propiedad y en el 41% la vivienda de familiares o amigos.

La información relativa a la forma de organización del viaje se ofrece, como es ló-

gico, únicamente para la base viajes turísticos. De ella se deduce, por ejemplo, que del total de viajes con destino en el extranjero el 74% se efectuó habiendo realizado algún tipo de reserva previa, mientras que cuando el viaje tiene destino en España, únicamente se realizaron reservas en el 34% de los viajes.

IX. REFERENCIAS METODOLÓGICAS DE Familitur

Aunque una parte de la metodología se ha ido desarrollando ya a lo largo del artículo, se va a hacer hincapié aquí en aspectos técnicos relativos fundamentalmente al proceso que media entre la toma de información y la obtención de resultados.

Los lectores que deseen ampliar la información a este respecto, pueden consultar el Documento de trabajo número 23: «Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Referencias metodológicas», disponible en el Instituto de Estudios Turísticos y en la página web de este organismo: <http://www.iet.tourspain.es>.

IX.1. Tipo y unidades de muestreo

Para la realización de la encuesta se selecciona un panel de hogares mediante un muestreo bietápico por conglomerados con submuestreo y estratificación de las unidades de primera etapa. Las unidades de primera etapa son las secciones censales del Instituto Nacional de Estadística. Las unidades de segunda etapa son las viviendas

familiares principales. Así, el universo muestral de trabajo excluye a los establecimientos colectivos, entre los que se encuentran todos los establecimientos de alojamiento turístico.

Para la selección de las unidades de primera etapa el marco es la relación de secciones censales del INE en que se encuentra dividido el país, conforme al Censo Electoral actualizado a 1 de enero de 1995.

En cuanto a las unidades de segunda etapa, se ha procedido a confeccionar un directorio actualizado de viviendas en las secciones censales seleccionadas para la muestra. La operatoria de trabajo seguida en la primera toma de recogida de la información en campo ha consistido en la utilización de una muestra maestra de direcciones que permite una selección en gabinete de las viviendas que van a ser objeto de encuestación bajo criterios de estricta aleatoriedad.

La muestra consta de 1.200 secciones distribuidas entre las diecisiete Comunidades Autónomas que conforman el conjunto del territorio nacional, con una afijación no proporcional. Es decir, el criterio elegido no es el de la estricta proporcionalidad de sus respectivas poblaciones, sino que, para que la muestra sea representativa en las Comunidades Autónomas con menor población, se ha incrementado el número de secciones que les corresponderían si se siguiera un criterio estrictamente proporcional. En cada una de las 1.200 secciones censales se seleccionan nueve hogares aleatoriamente, siendo la muestra final resultante un panel de 10.800 hogares.

IX.2. Periodo de referencia

La encuestación se realiza en tres tomas a lo largo del año, en cada una de las cuales se pregunta acerca de los viajes efectuados durante los cuatro meses anteriores al mes en el que se realiza la entrevista.

IX.3. Recogida de la información

Por lo que se refiere al sistema de recogida de la información, se trata de un sistema mixto que combina la encuestación personal en el domicilio de los panelistas con la telefónica. Durante la primera toma de captura y montaje del panel de hogares, la recogida de la información se realiza mediante la entrevista personal a domicilio a los miembros de cada uno de los hogares objeto de estudio, seleccionándose a una persona del hogar como informante principal. A lo largo de tomas posteriores, y una vez consolidado el panel de hogares, el método de recogida de la información se caracteriza por combinar de la manera más eficiente los dos sistemas: captura telefónica de la información (C.A.T.I.) con llamadas a domicilio y entrevista personal a domicilio, en aquellos casos en los que así lo prefiera el entrevistado o no se pueda localizar al hogar telefónicamente.

Las llamadas a los hogares para efectuar la encuestación telefónica se realizan en distintos días de la semana y momentos distintos del día, con el objetivo irrenunciable de localizar al informante principal.

Por lo que se refiere a la duración de la entrevista, ésta varía mucho dependiendo

del volumen de viajes declarado por el hogar panelista. Por término medio, la duración de las entrevistas personales en domicilio en la primera toma de captación del panel es de veinte minutos. En sucesivas tomas, con los datos sociodemográficos de los miembros del hogar recogidos, la duración de la entrevista resulta ser muy inferior a veinte minutos, principalmente en aquellos hogares con menos viajes.

Entre toma y toma, se realiza, al menos, una llamada de recordatorio y estímulo para apuntar los viajes en el cuaderno de anotaciones, particularmente después de cada periodo vacacional o puentes festivos. En esos contactos se reiteran, igualmente, los incentivos materiales propuestos a su participación.

Por lo que se refiere a la identificación de los informantes dentro del hogar, parece lógico, en una estadística que tiene por objeto la investigación de la actividad turística de las familias y su caracterización sociodemográfica, recurrir a personas que, formando parte del hogar entrevistado, sean capaces de aportar todo un conjunto de informaciones básicas relativas al grupo de personas que habitan la vivienda, haciendo por tanto innecesaria la entrevista a todos y cada uno de los miembros del hogar.

Es decir, se trata de que el agente de campo, con los criterios proporcionados por la dirección de la operación estadística, seleccione como informantes a aquellas personas mayores de dieciocho años con un conocimiento suficiente tanto de los aspectos socioeconómicos y demográficos como de los datos básicos de la actividad

turística de cada uno de los miembros del hogar, durante el período de referencia.

En aquellos casos en los que el informante seleccionado no dispone de toda la información necesaria en relación con alguno de los viajes que se han producido en el hogar en el periodo de referencia, bien por no haber participado en el mismo, o bien por tratarse de determinados aspectos cuantitativos o de opinión, como las actividades realizadas o su grado de satisfacción, es necesario acudir a algún miembro del hogar que haya participado en el mismo, terminando de cumplimentar el cuestionario cualquier otro día si en ese momento dicha persona no estuviese disponible.

IX.4. Control de calidad de los trabajos de campo

Un aspecto que reviste especial importancia en una encuesta de este tipo es el modo como se articula de forma eficiente el control de una toma a otra y dentro de cada toma, así como los métodos de recogida de la información utilizados, y el control de calidad de los resultados obtenidos. Para garantizar la máxima calidad en la operación, se han adoptado diversas medidas de control y supervisión de toda la operatoria.

En los casos de encuestas realizadas mediante entrevista personal el supervisor de campo tiene bajo su cargo la responsabilidad de inspeccionar y solventar las lagunas e incoherencias de información que se detecten en los cuestionarios, recurriendo a una llamada telefónica al hogar siempre que así se considere necesario.

Las entrevistas telefónicas se efectúan mediante un videocuestionario para su aplicación por el sistema C.A.T.I. Dicho cuestionario incluye las rutinas de filtros o campos de cumplimentación obligatoria que se derivan de la naturaleza de las informaciones a recoger. Adicionalmente, también se genera información en relación con el número de llamadas realizadas a cada número de teléfono, agentes entrevistadores que las realizaron, horarios y duración de las mismas, y resultados obtenidos (no contestan, comunican, ausentes, ocupados, no contactadas, completadas, etc.).

Una vez finalizada la recogida de toda la información de una toma por parte de la empresa Demoscopia, así como los trabajos de depuración e inspección por parte del inspector o supervisor, se elabora un Informe de Campo Final en el que se relatan brevemente las impresiones de la empresa sobre los trabajos realizados: recogida, depuración y codificación; la relación con los responsables de Zona; errores más habituales detectados; preguntas con especial dificultad de interpretación y, en general, la eficiencia de la encuestación en la toma.

Para el seguimiento de los niveles de eficiencia en la realización de las tomas se utiliza un conjunto de tablas que permiten una evaluación constante de los trabajos de campo, tanto en lo relativo a la cantidad de material recopilado hasta la fecha, como a la distribución de incidencias en los dos niveles de análisis —provincia y CC.AA.—, y tanto para hogares titulares como para hogares suplentes.

IX.5. Grabación de datos

Mediante la tarea de grabación se traslada a soporte informático el contenido exacto reflejado en los cuestionarios. El resultado del proceso es un fichero informático pendiente de la codificación de literales y de la correspondiente depuración no estadística de errores. Para la grabación se utiliza el mismo soporte —videocuestionario QSL— que gestiona las entrevistas telefónicas sobre plataformas de entrada de datos C.A.T.I.-Bellview, lo que garantiza la perfecta fusión entre todos los cuestionarios con independencia del sistema de recogida.

Como un elemento adicional de control de las informaciones grabadas se efectúa una verificación consistente en la doble grabación de todos los cuestionarios personales.

para ser tratados estadísticamente. A fin de garantizar la calidad y el rigor en la ejecución de dicho proceso se ha diseñado el correspondiente programa informático de validación. Dicho programa permite gestionar el proceso de validación y las correspondientes correcciones por comparación entre lo grabado y lo recogido en cuestionarios.

El modo como se aborda la validación de datos en Familitur es consecuencia de la experiencia acumulada en operaciones estadísticas similares realizadas por el Instituto de Estudios Turísticos y por la propia empresa encargada de los trabajos de campo. De este modo, y de cara a obtener la máxima eficacia en los procesos de validación a los que son sometidos los contenidos del cuestionario, se ha procedido a localizar la mayor parte de los criterios de validación en una etapa posterior a la propia grabación de los

ciudad francesa de Niza en 1999. Esta Conferencia ha dado continuidad a la celebrada en 1991 e

mite al Instituto de Estudios Turísticos los cuestionarios cumplimentados en el paso

IX.7. Validación e imputación

Tras esta serie de procedimientos, Demoscopia envía el fichero de datos al Instituto de Estudios Turísticos, quien lo remitirá a la empresa elevadora, ODEC, encargada de efectuar una segunda validación, la imputación de la falta de no respuesta, el equilibraje y la posterior elevación de los datos hasta obtener los resultados finales.

La primera fase, la de validación, consiste en detectar los campos en los que se detecta un blanco, un valor fuera de rango o un valor que incumple alguna de las reglas de validación relacionadas con ese campo.

Una vez detectado en un determinado registro un campo a imputar, el programa busca los criterios de imputación determinística para ese campo. Si los hay, intenta aplicar alguno de ellos, vuelve a pasar las reglas de validación y detecta si aún se incumple alguna. Si se incumple, intenta aplicar otro criterio determinístico y así hasta que el valor imputado sea correcto.

En algunos casos no será posible la imputación descrita, bien porque no se hayan definido reglas determinísticas para la imputación del campo, bien porque el registro a imputar no cumple ninguna de las condiciones para la aplicación de las mismas. En este caso, se procederá a efectuar una imputación aleatoria, la cual, en vez de asignar la misma probabilidad a cada uno de los posibles códigos de respuesta a un campo, utiliza tablas de frecuencias previamente calculadas, en las que la frecuencia de cada código se interpreta como la pro-

babilidad que ese código tiene de ser imputado.

Finalmente, se somete el código imputado aleatoriamente a las reglas de validación; en caso de cumplir todas las normas, se pasará a la validación del siguiente campo, en caso contrario, se vuelve a la fase anterior y se prueba con un código distinto.

IX.8. La elevación

Como ya se ha adelantado en el apartado VIII.3, en la estadística Familitur existen tres unidades de análisis cuyo tratamiento es totalmente diferente. En primer lugar, el análisis del hogar, donde se investigan las características del mismo y su accesibilidad o posesión de ciertos bienes duraderos, tales como la segunda residencia o equipamiento turístico. En segundo lugar, la investigación acerca de los individuos que componen el hogar, de los cuales se obtiene información acerca de sus características sociodemográficas. Por último, el estudio de los viajes efectuados por los individuos, de los cuales se investigan sus características básicas como el tipo de alojamiento utilizado, el medio de transporte, la forma de organización, etc. Cada una de las unidades de análisis está directamente relacionada con un área del cuestionario y la interrelación entre cada una de ellas y la asociación de los datos de unas con los de otras es sumamente importante.

En consecuencia se podría considerar que Familitur aglutina tres operaciones diferentes, en el sentido de que el marco de elevación de cada una de ellas es distinto.

De este modo, los datos referidos a hogares se elevan al total hogares de la población española, los datos muestrales de individuos tienen como marco de elevación el total de personas residentes en España y, por último, los viajes simplemente se elevan en función a los pesos calculados para cada uno de los individuos que efectúa cada viaje, provenientes del fichero de individuos. Como cabría pensar, las matrices de equilibrio utilizadas para hogares y para individuos son también distintas. Además, el tratamiento de los datos obtenidos para cada una de las unidades de análisis es totalmente diferente.

IX.9. Obtención de los resultados

En el plan de tabulación la información está estructurada en tres bloques básicos, en función de las tres unidades de análisis mencionadas: hogares, individuos y viajes. Así, en el primer bloque se efectúa un estudio de los hogares, dándose datos, por ejemplo, de si el hogar es (o no) viajero en función de si tiene (o no) acceso a una segunda residencia. El segundo bloque se centra en el análisis de los individuos, y ofrece información del tipo de: viajeros y no viajeros por grupos de edad, o por nivel de estudios terminados. Por último, el tercer bloque, dedicado al estudio de los viajes, se centra en el estudio de sus características, como tipo de alojamiento, medio de transporte, formas de organización, etc.

El concepto «viajero» que se ha explicado en el presente artículo está ligado a los individuos y se obtiene en este bloque de información.

Aunque el plan de tabulación no lo haya recogido hasta la fecha, también puede ofrecerse información relativa a viajes cruzada con la información de los individuos, ya que para cada una de las personas que efectúa un viaje se dispone de sus características sociodemográficas. De este modo, se puede estudiar el nivel de estudios de las personas que utilizan el hotel, o la ocupación de las personas que efectúan viajes de negocios, por poner algunos ejemplos.

IX.10. Herramienta de análisis: Pulsar

Además de cruces de variables que no están en el plan de tabulación, en algunas ocasiones es necesario efectuar explotaciones especiales para poder comparar ciertos resultados con los ofrecidos por otras fuentes, satisfacer demandas de información muy concretas por parte de usuarios cualificados de la encuesta, etc. Se quiere señalar que este tipo de cruces y explotaciones se pueden efectuar de forma sencilla e inmediata, ya que toda la información de la encuesta se encuentra cargada en un programa (Pulsar) de fácil manejo, desarrollado por ODEC, y que exime de manejar complejos sistemas informáticos.

IX.11. Difusión de los resultados

El Instituto de Estudios Turísticos publica anualmente todas las tablas del plan de tabulación, tanto en soporte papel como magnético. Además, elabora informes de

cada una de las temporadas: primavera, invierno y verano. Toda esta información se encuentra disponible en la página web del Instituto.

Por otro lado, existen una serie de acuerdos con los Institutos de Estadística regionales por los que se facilitan los ficheros primarios para que puedan efectuar explotaciones ad hoc de los datos.

BIBLIOGRAFÍA

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*. Naciones Unidas.

TOURISM SATELLITE ACCOUNT (TSA): *Methodological References*. Madrid, April 2000.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS (IET). *Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Referencias metodológicas*. Documento de trabajo nº 23. Madrid. Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. Ministerio de Economía. Madrid Diciembre 1999

DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (6.12.95). *Directiva Comunitaria 95/57/EC del 23*

de noviembre de 1995 sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo.

EUROPEAN COMMISSION. *Community methodology on tourism statistics*. 1998.

EUROSTAT. *Applying the Eurostat methodological guidelines in basic tourism and travel statistics. A practical manual*. March 1996.

KASPRZYK, D.; DUNCAN G. J. *et al.* *Panel Surveys. Wiley series in probability and mathematical statistics*. 1989.

DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (15.01.99) *Decisión de la Comisión de 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo*.

NOTAS

(1) En el Plan estadístico Nacional 1997/2000 aparece con el número 347 y en el Plan 2001/2004 con el número 3242.

(2) Decisión de la Comisión de 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo.

(3) Methodological workshop on the implementation of the Council Directive 95/57/EC on tourism statistics. 24-26 November 1999, Rome, Italy.