

Estadística del gasto de los no residentes en Galicia

METODOLOGÍA

1. Objetivos de la investigación

El objetivo básico de la encuesta es conocer el volumen y la estructura del gasto de los viajeros no residentes que pernoitan en establecimientos hoteleros de Galicia. Así podrá conocerse el impacto económico que supone este tipo de viajeros en la economía gallega.

Además, puesto que el informante último es el demandante del servicio, el viajero, esta estadística va a ser utilizada para conocer su perfil socio-demográfico, así como otras características generales del viaje.

Asimismo, la información que proporciona esta estadística constituye uno de los elementos que se emplearán en la elaboración de las Cuentas Económicas de Galicia.

2. Ámbito de investigación

Ámbito poblacional

En esta estadística se considera cómo **población objeto** de estudio el conjunto de viajeros no residentes que pernoctan en establecimientos hoteleros de Galicia. Esto implica asumir:

- Que va a ser estudiado el gasto de consumo efectuado por un viajero o por cuenta de un viajero durante su estancia en Galicia, aunque viaje por un motivo distinto de los calificados como turísticos.
- Que este gasto será analizado para el conjunto de los viajeros no residentes que pernoitan en establecimientos hoteleros de Galicia, que representan aproximadamente el 70% de los viajeros de este tipo de establecimientos.
- Que se analizará el gasto de los viajeros que pernoitan en establecimientos hoteleros de Galicia independientemente del tipo y categoría del mismo, que representan aproximadamente el 90% de los viajeros de los alojamientos turísticos de Galicia (establecimientos hoteleros, casa de turismo rural, campamentos y apartamentos turísticos).

Ámbito geográfico

El ámbito geográfico de esta estadística es todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Ámbito temporal

La estadística se diseña con carácter continuo y periodicidad trimestral.

3. Definiciones

Las variables a analizar se pueden agrupar en cuatro apartados diferenciados:

Gasto

Se entiende todo gasto de consumo efectuado por un viajero o por cuenta de un viajero en su estancia en Galicia. Esta variable intenta evaluar la dimensión y el impacto que suponen para la economía gallega los viajeros no residentes de los establecimientos hoteleros de Galicia.

Para su estudio, se solicita al viajero que cuantifique la cantidad de dinero gastada en promedio por persona y día en su estancia en Galicia.

Para conocer su estructura, se le pregunta por la desagregación del gasto en las siguientes partidas:

- **Paquete turístico:** gasto realizado en la adquisición de un conjunto de servicios, entre los que deben de encontrarse alguna opción de alojamiento y desplazamiento, que se venden por un precio global, sin que el comprador sea consciente de cuanto pagada por cada uno de sus componentes.
- **Alojamiento y pensión:** gasto realizado en concepto de alojamiento en el establecimiento en el que está hospedado. Incluirá los gastos de comida en el establecimiento si están incluidos en el precio de alojamiento pactado. En este apartado se recogen las opciones de alojamiento, alojamiento y desayuno, media pensión (alojamiento, desayuno y la comida o cena) y pensión completa (alojamiento y todas las comidas).
- **Comida en restaurantes y cafeterías:** gasto distinguible del realizado en el concepto de alojamiento que se realiza en restaurantes, cafeterías, bares, incluyendo comida, bebida y aperitivos.

- **Comida adquirida en comercios:** gasto realizado en la compra de comida, bebida y aperitivos en comercios especializados en productos de alimentación.
- **Desplazamientos dentro de Galicia:** gasto realizado en el transporte en Galicia, ya sea en transporte público, taxi, utilización de vehículo propio o alquilado, incluido el coste del combustible, tarifas de aparcamiento, alquiler del vehículo, etc..
- **Compras de regalos, recuerdos y otros artículos:** gasto realizado en artículos adquiridos para llevar al lugar de residencia del entrevistado, tales como recuerdos, ropa, zapatos, y otros consumidos durante su estancia en Galicia.
- **Ocio:** gasto efectuado en tratamientos de belleza, peluquerías, guías turísticos, actividades deportivas, alquiler de equipo, actividades culturales, entradas a distintos eventos, atracciones y otros gastos recreativos, aunque se adquirieran por adelantado.
- **Otros:** gastos realizados en congresos o reuniones, como gastos de inscripción, fotocopias, programas, seguros, llamadas telefónicas, franqueo postal, revelado (común o digital) de soportes fotográficos, de video o de sonido, etc...

Perfil socio-demográfico del viajero

Las variables incluidas en este apartado tienen como objetivo conocer las características socio-demográficas básicas de los viajeros no residentes de los establecimientos hoteleros de Galicia:

- Sexo y edad del entrevistado. Además del sexo, se establecieron 6 grupos de edad: hasta 18 años, de 19 a 28 años, de 29 a 40 años, de 41 a 50 años, de 51 a 65 años y más de 65 años.
- Estado civil del entrevistado.
- Nivel de estudios del entrevistado: analfabeto, estudios primarios, educación secundaria y educación superior.
- Situación laboral del entrevistado: estudiante, autónomo, asalariados sector público, asalariados sector personal, jubilados - retirados, labores del hogar, parados, otros.
- Lugar de residencia del entrevistado: se trata de la comunidad autónoma de residencia habitual de los viajeros españoles no residentes en Galicia, y del país de residencia habitual de los viajeros extranjeros no residentes en Galicia.

Características generales del viaje

Para analizar el comportamiento de los viajeros objeto de estudio en su estancia en Galicia se investigan las siguientes variables:

- Motivo del desplazamiento: conocer el medio natural y paisajes, conocer su cultura y costumbres, busca de tranquilidad y descanso, fidelidad al lugar de destino, razones familiares o de amistad, disponer de casa propia, motivos de estudio, motivos de trabajo / negocios, y otros motivos.
- Primera visita a Galicia: se distingue a los viajeros que visitan Galicia por primera vez.
- Método de transporte principal para acceder a Galicia: coche, autobús, avión, tren, barco y otros.
- Duración prevista de la estancia en el establecimiento.

Valoración de su estancia en Galicia

Se les pide a los viajeros que puntúen de 0 a 10 la valoración de su estancia en Galicia.

4. Diseño metodológico

La principal dificultad existente en el diseño metodológico de la operación radica en el desconocimiento de la población objetivo, que deriva en el empleo de mecanismos deterministas de selección. No obstante, para facilitar el procedimiento, se emplearán técnicas de muestreo probabilística en un ámbito que resulta no probabilístico.

Tipo de muestreo

Dadas las especiales características de este estudio, se parte de una estratificación inicial da población de establecimientos hoteleros de Galicia en función de la provincia (A Coruña, Lugo, Ourense y Pontevedra) y categoría ¹ de los mismos (1 y 2, 3, 4 y 5 estrellas). De este modo se consideran 16 estratos, 14 en la práctica, al no existir establecimientos hoteleros de 5 estrellas en las provincias de Lugo y Ourense, y se aplica el diseño de muestreo aleatorio estratificado.

La determinación de los tamaños y errores muestrales realizara a partir de la expresión para el cálculo de la varianza en el trimestre t de investigación,

¹ Las categorías de una y dos estrellas se tratan en conjunto en uno so grupo



$$V = V(\hat{X}^t) = \frac{1}{N^2} \sum_{h=1}^L N_h (N_h - n_h) \frac{S_h^{2,t}}{n_h}$$

Donde:

$$\hat{X}^t = \sum_{h=1}^L \hat{X}_h^t$$

$S_h^{2,t}$ es la cuasivarianza poblacional del gasto diario medio por persona de los viajeros no residentes de los establecimientos hoteleros del estrato h en el trimestre t de estudio.

Minimizando V en los n_h , de suerte que $n = \sum_h n_h$, y tomando $\alpha = 0,05$ y por lo tanto $z_{\alpha/2} = 1,96$ se obtiene la afijación óptima de Neyman

$$n = \frac{\left(\sum_h \frac{N_h}{N} S_h \right)^2}{\frac{e^2}{1.96^2} + \frac{1}{N} \sum_h \frac{N_h}{N} S_h^2}$$

El número de encuestas obtenido deberá ser representativo de la población objeto de estudio, para lo cual habrá que garantizar una idónea distribución de las mismas tanto en el espacio cómo en el tiempo.

Distribución de las encuestas en el espacio

Ante la imposibilidad de seleccionar "a priori" los viajeros a entrevistar en el trimestre de referencia, el esfuerzo se centrará en la adecuada distribución trimestral de los establecimientos hoteleros en los que se realizarán las encuestas, de modo que los viajeros que resulten entrevistados representen adecuadamente al conjunto del universo investigado al largo del trimestre de estudio.

De cara a garantizar un adecuado equilibrio entre coste / beneficio en el desarrollo de la operación y del trabajo de campo, se considera conveniente establecer un número mínimo de encuestas a realizar por establecimiento a visitar en el trimestre. Este número se estableció en 25 y, además, se adoptó el criterio de que todos los trimestres estén representados todos los estratos de establecimientos hoteleros.

De este modo cada trimestre se determina el número de establecimientos a visitar por estrato como el número entero inferior mas próximo del cociente entre el número de encuestas por estrato y 25 encuestas por establecimiento, con un mínimo de un establecimiento por estrato.

La distribución geográfica del número de establecimientos a visitar se hace a partir de una subestratificación de los establecimientos hoteleros en agrupaciones comarcales de la siguiente manera:

<i>PROVINCIA DE A CORUÑA</i>	
01	A Coruña
02	Santiago
03	Norte: Ortegá, Ferrol e Eume
04	Oeste: Betanzos, Terra de Melide, Arzúa e Ordes
05	Leste: Bergantiños, A Barcala, Terra de Soneira, Fisterra e Xallas
06	SurOeste: Muros, Noia, Barbanza e O Sar
<i>PROVINCIA DE LUGO</i>	
07	Lugo
08	A Mariña Occidental
09	A Mariña Central e Terra Chá
10	A Mariña Oriental
11	SurOeste: A Ulloa, Chantada, Terra de Lemos e Sarria
12	Leste: Quiroga, Os Ancares, A Fonsagrada e Meira
<i>PROVINCIA DE OURENSE</i>	
13	Ourense
14	Oeste: O Carballiño, O Ribeiro e Terra de Celanova
15	Sur: Baixa Limia, A Limia, Verín e Viana
16	NorLeste: Allariz- Maceda, Terra de Caldelas, Terra de Trives e Valdeorras
<i>PROVINCIA DE PONTEVEDRA</i>	
17	Pontevedra
18	O Salnés
19	Vigo
20	O Baixo Miño
21	Interior: O Condado, A Paradanta, Deza, Caldas e Tabeiros-Terra de Montes
22	Morrazo

En primer lugar se determina el número de establecimientos a visitar por estrato y agrupación comarcal distribuyendo el número de establecimientos a visitar por estrato de manera proporcional al número de establecimientos hoteleros existentes en cada agrupación comarcal en el marco del trimestre objeto de estudio.

Finalmente, la selección de los establecimientos a visitar en la agrupación comarcal que se trate se determina de manera aleatoria para cada trimestre.

Distribución de las encuestas en el tiempo

Puesto que las unidades objeto de investigación son los viajeros no residentes de los establecimientos hoteleros de Galicia, y la demanda en estos establecimientos está directamente relacionada con los movimientos de personas por "turismo", las encuestas deberán distribuirse en el tiempo de acuerdo con las variables temporales con influencia en el turismo. Entre ellas cabe señalar el mes del año o el tipo de día, ya sea "normal" o de "fin de semana o festivo".

La tipología del mes se introduce en el diseño distribuyendo el número trimestral de encuestas por estrato entre los meses del trimestre de referencia de manera proporcional al número de viajeros no residentes entrados en los establecimientos hoteleros del estrato.

Por otra parte, los días de entrevista deberán distribuirse en el tiempo de modo que cubran adecuadamente el mes de referencia. No obstante, y habida cuenta las características de la actividad objeto de investigación, esta distribución deberá tener en cuenta la tipología del día, establecida entre días "normales" y de "fin de semana o festivos".

La tipología del día se introduce en el diseño definiendo dentro de cada estrato jk (h) el indicador de ocupación relativa fin de semana mes (m) del trimestre (t) " $fs_{m,jk}$ " que será utilizado en la distribución de las encuestas asociadas a un mes objeto de investigación.

$$fs_{m,jk} = \frac{\text{Grado de ocupación por plazas en fin de semana}_{m,jk}}{\text{Grado de ocupación por plazas}_{m,jk}} = \frac{GF_{m,jk}}{G_{m,jk}}$$

La base de la utilización de este indicador radica en suponer que para cada estrato a proporción de encuestas a efectuar en fin de semana debe ser la misma que la proporción de pernoitas, es decir,

$$\frac{nf_{m,jk}}{n_{m,jk}} = \frac{Pf_{m,jk}}{P_{m,jk}}$$

Donde,

n = número total de encuestas

nf = número de encuestas en fin de semana

P = número total de pernoitas

P_f = número de pernoitas en fin de semana

Y , puesto que la definición del grado de ocupación por plazas en un estrato jk (h) está dada por,

$$G_{jk} = \frac{P_{jk}}{N^{\circ} \text{ días mes} \times (N^{\circ} \text{ plazas ofertadas})_{jk} + (N^{\circ} \text{ camas supletorias utilizadas})_{jk}} \cdot 100$$

Expresión que se aproxima mediante,

$$G_{jk} \approx \frac{P_{jk}}{n^{\circ} \text{ días mes} \times (N^{\circ} \text{ plazas ofertadas})_{jk}}$$

Se establecen de forma aproximada las siguientes expresiones:

$$P_{m,jk} \approx G_{m,jk} \times n^{\circ} \text{ días mes} \times (n^{\circ} \text{ plazas ofertadas})_{jk}$$

$$P_{f_{m,jk}} \approx GF_{m,jk} \times n^{\circ} \text{ días mes fin de semana} \times (n^{\circ} \text{ plazas ofertadas})_{jk}$$

Por lo que,

$$nf_{m,jk} = n_{m,jk} \times \frac{P_{f_{m,jk}}}{P_{m,jk}} \approx n_{m,jk} \times \frac{GF_{m,jk}}{G_{m,jk}} \times \frac{n^{\circ} \text{ días mes fin de semana}}{n^{\circ} \text{ días mes}} = n_{m,jk} \times fs_{m,jk} \times \frac{n^{\circ} \text{ días mes fin de semana}}{n^{\circ} \text{ días mes}}$$

Así, el indicador $f_{sm,jk}$ parece acomodado para realizar la distribución temporal en función de la tipología del día entre "normales" y de "fin de semana".

En el diseño de la distribución de las encuestas falta por considerar la influencia de la variable que representa los días festivos. Dado que no existe ninguna información relacionada directamente con esta característica, se introduce en el diseño de la misma manera que la tipología del día de semana y fin de semana.

La idea está en suponer que el comportamiento disteis días es similar, o por lo menos más parecido, al de un día de "fin de semana" que la un día "normal", por lo que el criterio adoptado es contabilizarlos cómo días de fin de semana e introducirlos en el planteamiento anterior.

Así, dentro de cada estrato jk (h), se define un joven indicador de ocupación relativa mes fin de semana o festivos $F_{sm,jk}$, que se calcularía como el anterior

$$fs_{m,jk} = \frac{\text{Grado de ocupación por plazas en fin de semana}_{m,jk}}{\text{Grado de ocupación por plazas}_{m,jk}} = \frac{GF_{m,jk}}{G_{m,jk}}$$

Y que se tendría en cuenta en el modelo de la siguiente manera:

$$nF_{m,jk} = n_{m,jk} \times \frac{PF_{m,jk}}{P_{m,jk}} \approx n_{m,jk} \times fs_{m,jk} \times \frac{n^\circ \text{ días mes fin de semana + festivos}}{n^\circ \text{ días mes}}$$

Donde

nF = número de encuestas en fin de semana y festivos

Cálculo del número de entrevistas

El número teórico de entrevistas mensuales y trimestrales se determina por afijación óptima o de Neyman aplicando el planteamiento del diseño de una muestra estratificada.

Dado el desconocimiento "a priori" de la población objeto de estudio para la aplicación del diseño muestral seleccionado se emplean datos procedentes de una explotación específica de la "Encuesta continua de ocupación hotelera" del año anterior al de referencia de los datos, por lo que el diseño de la muestra es no probabilístico.

Según la formulación de la afijación óptima de Neyman para muestreo estratificada, y fijando un nivel de confianza del 95% y un error de muestreo relativo máximo del 2,5% para Galicia, y acotando el error relativo máximo a nivel de las provincias y de las categorías de los establecimientos hoteleros gallegos en un 6,0%, se obtiene el número de entrevistas "teórico" por estrato.

Dado el criterio del número mínimo de 25 encuestas por establecimiento y estrato, el número final de entrevistas trimestrales por estrato será el valor máximo entre el número de encuestas obtenido mediante afijación excelente de Neyman y 25 entrevistas. De este modo, el número "final" de encuestas a realizar en cada estrato será siempre igual o superior al número "teórico".

Distribución de las entrevistas en los establecimientos

Una vez determinados los establecimientos a visitar, el número final de encuestas a realizar en cada estrato, su distribución mensual dentro del trimestre y la distribución mensual en función de la tipología del día establecida en días laborales o de fin de semana y festivos, hay que realizar la distribución de las encuestas en los establecimientos seleccionados.

El método empleado para su distribución emplea la clasificación de los establecimientos en subestratos de agrupación comarcal, y parte de la construcción del valor " $nResto_{m,jk}$ ", que representa el número de encuestas mensuales que exceden del mínimo de entrevistas por estrato:

$$nResto_{m,jk} = nFinal_{m,jk} - nMínimo_{m,jk}$$

Siendo

$nFinal_{m, jk}$ = número "final" de entrevistas en el estrato jk en el mes m del trimestre t de estudio

$nMínimo_{m, jk}$ = número mínimo de entrevistas por estrato en el mes m del trimestre t de estudio (número mínimo de 25 encuestas en el trimestre).

Por la propia construcción del número final de encuestas, este valor será siempre mayor o igual a cero.

El valor $nResto_{m, jk}$ se distribuye por subestrato de agrupación comarcal proporcionalmente al número de plazas estructurales de los establecimientos a visitar en el trimestre de estudio, es decir:

$$nResto_{m, jkh} = nResto_{m, jk} \times \frac{P_{t, jkh}}{P_{t, jk}}$$

Donde

$P_{t, jkh}$ número de plazas estructurales del estrato jk y subestrato de agrupación comarcal h en el trimestre t

$$P_{t, jk} = \sum_h P_{t, jkh}$$

Lo reparto se realiza en función de las plazas estructurales ya que se trata de una variable directamente relacionada con el número de viajeros, objetivo de esta investigación, y parece más acomodado realizar más entrevistas allí donde se pueda encontrar un mayor número de viajeros.

Finalmente, el número de encuestas a realizar en cada establecimiento del estrato jk y subestrato h se distribuye segundo:

$$nFinal_{m, jkhe} = nMin_{m, jkhe} + \frac{nResto_{m, jkh}}{n^\circ \text{ establecimientos en } jkh \text{ en el trimestre } t}$$

Es decir, puesto que el comportamiento de los viajeros de los establecimientos del subestrato es, a priori, similar, la distribución se realiza de forma homogénea.

Procedimiento de estimación

Para las variables de gasto se utilizan los estimadores inesgados de muestreo estratificado.

Denotando X_h^t a la variable “Gasto diario medio por persona en el estrato h en el trimestre t”, el estimador del gasto diario medio ven dado por la siguiente expresión,

$$\hat{X}^t = \frac{1}{N_t} \cdot \frac{N_{t,h}}{n_{t,h}} \cdot \sum_{i=1}^{n_{t,h}} X_{h,i}^t$$

Donde

$n_{t,h}$ = Número de entrevistas en el estrato h en el trimestre t

$N_{t,h}$ = Número de pernoitas en el estrato h en el trimestre t

$$N_t = \sum_h N_{t,h}$$

El estimador para “el Gasto total realizado en el trimestre t” es,

$$\hat{X}^t = N_t \cdot \hat{X}^t = \frac{N_{t,h}}{n_{t,h}} \cdot \sum_{i=1}^{n_{t,h}} X_{h,i}^t$$

5. Recogida de la información

Método de recogida

Las encuestas se realizarán mediante entrevista personal a los viajeros no residentes de los establecimientos hoteleros de Galicia seleccionados.

Estas entrevistas serán realizadas en los propios establecimientos hoteleros a través de un grupo de entrevistadores que tratarán de obtener el número de encuestas mensuales y por tipología del día indicadas en el correspondiente plan trimestral de trabajo.

Las especiales características de esta operación, en la que no existe la posibilidad de contrastar o comprobar los datos suministrados después de ser recogidos, aconsejan la recogida de los datos habida cuenta unos criterios de validación y depuración de los datos.

Es por ello que las entrevistas se realizarán a través de un cuestionario electrónico instalado en terminales PDA, que incorporará los controles de validación necesarios para garantizar la depuración automática de la información. Además, permitirá la grabación de los datos en el incluso momento de su recogida y la transmisión prácticamente inmediata de los mismos al IGE.

Cuestionarios utilizados

Dadas las características de esta operación, el cuestionario se diseñó de modo que recogiera aquellos aspectos básicos de los viajeros objeto de estudio, sin entrar en grandes desagregaciones que determinasen un cuestionario demasiado largo.

Además, dadas las características de la población investigada, se hicieron versiones del cuestionario en castellano e inglés.

6. Difusión de resultados

Trimestralmente el IGE publica información de esta encuesta en su página Web. A continuación se exponen las principales variables de clasificación de los datos publicados.

Conceptos de gasto

Se recoge el dato de gasto total de los viajeros no residentes que pernoitan en establecimientos hoteleros de Galicia, y su desagregación en las siguientes partidas de gasto: paquete turístico, alojamiento y pensión, comida en restaurantes y cafeterías, compras de alimentos en comercios especializados, compras no alimenticias, desplazamientos, ocio y otros

Ámbito geográfico

Los datos de gasto total y de gasto diario medio por persona se presentan con desagregación en las provincias gallegas.

El gasto diario medio por persona se desagregará provincialmente en función de concepto de alojamiento y pensión, comida en restaurantes y cafeterías, y resto, para los viajeros no residentes de Galicia que no adquieren paquete turístico.

Categoría

Se presentan los datos de gasto total y de gasto diario medio por persona según la categoría de los establecimientos en los que se alojan, considerando 1 y 2 estrellas en un único grupo, y 3, 4 y 5 estrellas.

El gasto diario medio por persona se desagregará en función de la categoría y por concepto de alojamiento y pensión, comida en restaurantes y cafeterías, y resto, para los viajeros no residentes de Galicia que no adquieren paquete turístico.