Estudios Turísticos, n.º 138 (1998), pp. 97-116

Instituto de Estudios Turísticos
Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes

LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE CANADÁ: UNA NUEVA HERRAMIENTA PARA MEDIR LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA ECONOMÍA

Scott M. Meis*

INTRODUCCIÓN

En este artículo se actualizan anteriores descripciones de la Cuenta Satélite del Turismo (Tourism Satellite Account o TSA) canadiense y se presentan algunas de sus características más notables, como el enfoque adoptado, los conceptos básicos, los problemas metodológicos, los resultados conseguidos y su utilización. También se explican las líneas de desarrollo de esta herramienta desde su presentación en 1994, sus sucesivas novedades y los procedimientos de trabajo que se prevén para los próximos dos o tres años.

DEFINICIÓN Y MEDIDA DEL TURISMO: UNA TAREA PROBLEMÁTICA

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta cualquier gobierno u organismo empresarial relacionado con el turismo es desarrollar una visión común y fiable de lo que representa la industria turística para un país y, en segundo lugar, una medida de lo que aporta el turismo. A primera vista, esta tarea parece especialmente difícil porque, hasta hace muy poco y estadísticamente hablando, no existía la industria turística o el conjunto de industrias turísticas que conocemos como sector turístico, como entidad independiente dentro del sistema estadístico. En la infraestructura estadística aparecen los datos de los distintos aspectos de la actividad económica relacionados con el turismo, aunque de forma fragmentada y dispersa y, por consiguiente, transparentes, desintegrados e inconexos.

En respuesta a este problema, en octubre de 1994, coincidiendo con el anuncio en Canadá de la creación de la Canadian Tourism Commission, se presentó una nueva herramienta analítica para la industria turística que se denominó Cuenta Satélite del Turismo (TSA). Al mismo tiempo Canadá fue el primer país que obtuvo y publicó los resultados de la TSA formando parte integrante de su Sistema de Contabilidad Nacional. Esta nueva herramienta ofrecía una imagen detallada del sector industrial turístico **en síntesis** para todo el país durante el año 1988.

Hasta entonces había resultado difícil de medir con precisión el alcance y significa-

* Director de Investigación de la Canadian Tourism Commission.

do económico del turismo de manera global y fiable. Además resultaba imposible hacerlo de manera consistente con la medida de otras actividades económicas a nivel nacional. El principal problema era que el turismo es un sector de demanda, una forma de consumo más bien que una industria en el sentido convencional. Desde este punto de vista se puede considerar la participación total de la industria como la suma de las ventas de varias industrias que atienden directa (e indirectamente) la demanda de los turistas, tanto de negocios como de placer.

En resumen, el turismo es un **sector industrial sintético** formado por una combinación de partes de la producción, empleo, etc. de varias industrias convencionales, combinación que está determinada por la medida en que su producción total tiene que ver con la demanda de los turistas. Hasta el desarrollo de la TSA no existía una norma técnica generalmente aceptada para distinguir esas partes y sumarlas en estimaciones globales de (1) la producción total de las industrias que suministran directamente bienes y servicios a los visitantes del país, ponderada por la proporción de esas ventas adquirida por el turismo y (2) la producción total de la industria que contribuye indirectamente al turismo a través de la venta de bienes y servicios al primer grupo de industrias, ponderada según la proporción de ventas totales que se pueden atribuir directamente a la demanda de los turistas.

Actualmente se acepta en general que la mejor manera de resolver este problema es una Cuenta Satélite del Turismo, similar a la que puso en marcha la Canadian Tourism Commission y la Oficina de Estadísticas del Canadá.

El término **Cuenta Satélite** se refiere a que la TSA se desarrolla como ampliación o "satélite" de los conceptos y principios contables que inspiran el Sistema de Contabilidad Nacional (SCN) en general y de las Tablas Input-Output (I-O) en particular. No obstante, como el concepto ha adquirido una gran popularidad y suscitado un gran interés, el término **Cuenta Satélite** ha adquirido diversos significados. Con frecuencia se aplica a distintas cosas, según sean sus usuarios. Por tanto sería adecuado aclarar el significado y finalidad de este concepto y herramienta en el contexto canadiense.

Como ya hemos indicado, el término Cuenta Satélite se refiere al hecho de que la parte esencial de la TSA se desarrolla como ampliación o satélite del SNA. De los distintos marcos contables del SNA se han elegido las tablas input-output porque ofrecen la mayor articulación de la economía al dividir las entradas y la producción bruta de las industrias intermedias por productos y la demanda final y las entradas primarias del PNB. Lo que ofrece, por tanto, el concepto de TSA es una metodología o **herramienta** que permite reunir datos procedentes de las distintas encuestas de demanda del sistema de estadísticas nacionales (por ejemplo, encuestas familiares sobre hábitos de viaje) en un solo marco I-O referido al turismo con datos procedentes de distintas encuestas de producción utilizadas en el sistema de estadísticas nacionales relativas a las industrias que "fabrican" productos turísticos, como los hoteles, pensiones, servicios de trans-

porte, hostelería, etc., y otros productos como alimentos, vestido, etc.

En su forma básica, esta nueva herramienta ofrece la posibilidad de medir la actividad económica generada por el turismo en un país, es decir, la demanda de bienes originada por el turismo en ese país y la producción necesaria para cubrir esa demanda.

En su forma más amplia, la TSA se considera como un sistema de información global en varias capas que permita recoger, ordenar y poner en relación los datos estadísticos que describen los principales aspectos del turismo. No obstante, lo hace de un modo muy especial pues recoge y organiza esos datos según las transacciones económicas "reales" entre productores y consumidores de productos turísticos, por ejemplo "habitaciones de hotel".

El interés de Canadá por esta nueva herramienta se remonta a 1984, año en que apareció por primera vez el concepto Cuenta Satélite como idea propuesta durante el estudio de los datos sobre turismo recogidos por la Canadian National Task Force creada al efecto. El informe final de esta Task Force (marzo de 1989) describía el concepto y las características y ventajas más importantes de una **Cuenta Satélite del Turismo:**

> *"La Cuenta Satélite del Turismo se estructura en 'capas' de información... La Capa 1 es el Módulo Contable básico que contiene las medidas monetarias clave que ofrecen el vínculo que permite comparar esas medidas con otras cuentas del Sistema de Contabilidad Nacional y está creada para ofrecer una visión general de las actividades turísticas en términos monetarios corrientes y constantes. En estos términos se establece la importancia relativa de los componentes turísticos con respecto a la actividad turística total y a otras actividades económicas... Una de las necesidades principales de la industria turística... ha sido medir la contribución económica general del turismo al resto de la economía. Las ventajas de aplicar el concepto de contabilidad satélite al turismo están claras: La cuenta exige consistencia en los datos, equilibrio en términos de oferta y demanda... Una cuenta satélite se basa en datos globales, con consistencia interna y equilibrados, de modo que esos datos sean* ***justificables y fiables".***

Más tarde, en junio de 1991, durante la Conferencia International sobre Estadísticas de Viaje y Turismo que tuvo lugar en Ottawa, Canadá, la oficina de estadística de Canadá presentó una visión detallada del concepto de Cuenta Satélite del Turismo (TSA). En 1993 la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Comisión Estadística de Naciones Unidas (CENU) adoptaron esta idea visionaria surgida en Canadá como modelo recomendado para el futuro, es decir, un sistema distinto y global de datos socioeconómicos pertenecientes al turismo pero ligados al SNC.

Con la publicación en 1994 de los resultados de la primera aplicación del modelo, los analistas tuvieron ocasión de analizar y aplicar los resultados de esta nueva herramienta económica y evaluar por sí mismos sus ventajas y su significado, al tiempo que estudiaban posibles limitaciones futuras y nuevos problemas que podrían surgir.

Hasta la fecha la reacción ante la TSA ha sido positiva en general. El sistema ha cumplido sus promesas iniciales, al ofrecer una metodología global y fiable para evaluar el significado para la economía nacional de un complejo de productos y servicios conocido como industria turística. Además ofrece un medio distinto y fiable de respuesta a preguntas como:

- ¿Qué importancia tiene la demanda turística de los productos fabricados en el país y cuáles son los principales productos que adquieren los visitantes?
- ¿Cuáles son las industrias más directamente beneficiadas con el turismo?
- ¿Cuánto valor añadido directo se genera al satisfacer la demanda turística?
- ¿Cuántos impuestos indirectos recibe el gobierno del turismo?
- ¿Cuánto empleo directo crea el turismo?
- ¿Qué importancia económica tiene el turismo en el país?

Además, con el desarrollo de las ampliaciones y refinamientos de la TSA básica se puede responder a otras preguntas como:

- ¿Cuánto valor añadido indirecto se genera al satisfacer la demanda turística?
- ¿Cuánto empleo indirecto depende del turismo?
- ¿Cuántos ingresos de todo tipo se pueden atribuir al turismo?
- ¿Cuáles son las tendencias a corto (trimestral y anual) y a largo plazo en la evolución de la oferta y la demanda turística?

En otros países la OMT ha seguido trabajando para desarrollar una norma nacional sobre Cuentas Satélite del Turismo basada en las recomendaciones de Ottawa, en el nuevo SNC de 1993 y en la experiencia y requisitos de distintos grupos de intereses. De modo similar la OCDE ha procedido a actualizar su anterior manual sobre Cuentas Turísticas, incluyendo otros conceptos y métodos extraídos de la TSA.

CONCEPTOS BÁSICOS: COMPONENTES FUNDAMENTALES DE LA TSA

Una vez definido y descrito el concepto básico de la nueva herramienta, la TSA, hay que examinar otros elementos clave como conceptos, definiciones e hipótesis que constituyen los componentes fundamentales para la construcción de la misma.

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA

El concepto más importante utilizado en el desarrollo de la TSA es el del turismo propiamente dicho. En este aspecto la TSA se atiene a la definición del turismo como demanda adoptada por la OMT y la CENU en 1993: "Las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su entorno habitual durante un tiempo no superior a un año consecutivo por razones de placer, negocios y otras". Esta definición incluye más que el mero viaje de placer, pues se refiere también al de negocios, la visita a amigos o parientes u otras razones personales, como los tratamientos curativos. Pero por otro lado se

excluyen los viajes de paso, los de estudios, los realizados para buscar empleo en otro país y los de los inmigrantes, diplomáticos y fuerzas armadas en misiones militares.

En segundo lugar la definición de turismo incluye diversos tipos: el interior, el de extranjeros en un país y el de habitantes del país que salen al extranjero. Estos tipos se definen operativamente en relación a un determinado país, es decir, "turismo interior" se refiere a los españoles que viajan a otros lugares de España, "entradas de turismo" se refiere a la actividad turística de los no residentes en España y "turismo exterior" se refiere a la actividad turística de los españoles que viajan a otros países.

Por último, el criterio clave de viaje fuera de su entorno habitual se define operativamente en términos de distancia, duración u otro parámetro adecuado con relación al contexto de cada país. Por ejemplo Canadá utiliza un criterio de distancia fuera de un radio de 50 millas (80 km) de la residencia habitual. Todo viaje de un canadiense a una distancia inferior a esas 50 millas no se considera "viaje turístico" a efectos de la TSA.

GASTOS POR TURISMO

El siguiente concepto importante de la TSA es el de gasto por turismo o gasto turístico. Ateniéndonos de nuevo a las definiciones de la OMT y de la CENU, la TSA define el gasto total por turismo como la suma de productos y servicios adquiridos por los visitantes antes, durante y después de su viaje. Aquí se incluyen los excursionistas y los turistas (los que pasan por lo menos una noche) así como los viajes de negocios y de los funcionarios públicos, pero se excluyen también los gastos de los diplomáticos, de los militares y de los inmigrantes.

Además, en vez de examinar los componentes del gasto del PIB para determinar cuánto se puede atribuir directa o indirectamente al turismo, la TSA incluye como turismo únicamente la demanda directa de productos y servicios por parte de los particulares más los que viajan en viaje de negocios y los funcionarios públicos. No incluye como gastos por turismo los de inversión en aeropuertos, hoteles o carreteras ni los gastos gubernamentales en servicios turísticos como oficinas turísticas, museos, parques nacionales o campings.

PRODUCTOS TURÍSTICOS Y NO TURÍSTICOS

Para definir los componentes de la actividad turística, la metodología canadiense de la TSA se fija en primer lugar en el consumo directo de bienes y servicios turísticos. Un **bien turístico** se define como un producto o servicio dirigido principalmente al turismo, como pueden ser los viajes en trenes de vapor. Esta definición queda delimitada operativamente como producto o servicio con una parte importante de su demanda total en el país pero consumido por turistas y excursionistas. Por ejemplo, el alojamiento, porque gran parte de su demanda se produce por el turismo.

De modo similar, bien no turístico se define como producto o servicio no caracterís-

tico del turismo. En este caso, el estudio de la demanda total de esos bienes descubre que su consumo por parte de los turistas es relativamente bajo e insignificante a efectos estadísticos. Algunos ejemplos son la ropa (las camisetas), las lociones contra el sol o la pasta de dientes.

INDUSTRIAS TURÍSTICAS Y NO TURÍSTICAS

De modo similar, una industria turística se define como aquélla que fabrica bienes y servicios para los visitantes y que se basa en el turismo para obtener una parte importante de sus ingresos. Algunos ejemplos son el transporte aéreo de pasajeros y la industria de alimentación y bebidas. Las industrias no turísticas son todas las que no suministran directamente bienes o servicios a los visitantes o que, si no hubiera turismo, seguirían existiendo y fabricando sin reducción importante de su nivel de actividad. Ejemplos respectivos de los dos casos son la industria de la construcción y las tiendas de alimentación. La industria de la construcción no ofrece sus servicios a los visitantes. La industria de alimentación al por menor seguiría existiendo sin el turismo, sin una reducción importante de su nivel de actividad, aunque las compras de alimentos por parte de los visitantes pudieran ser importantes para ese sector en determinados lugares.

Del modo en que la TSA contempla la actividad económica asociada al consumo turístico surgen varias implicaciones importantes. La primera, que no todos los bienes y servicios adquiridos por los turistas y excursionistas son bienes turísticos. Además de billetes de avión y alojamiento, los visitantes compran también ropas y alimentos. Y al contrario, muchos productos turísticos como las comidas son adquiridos también por residentes.

De nuevo y desde el punto de vista turístico, muchas industrias turísticas fabrican también bienes no turísticos. Por ejemplo, los servicios de alojamiento obtienen parte de sus ingresos por la venta de bienes y equipos que son no turísticos. Y al contrario, las cafeterías existentes en algunos supermercados y los restaurantes y hoteles sirven comidas a los visitantes.

METODOLOGÍA

La metodología de la nueva TSA canadiense se describe ampliamente en los Apéndices A y B de la publicación titulada "The Tourism Satellite Account" editada por la **National Income and Expenditure Accounts, Quarterly Estimates,** segundo trimestre de 1994 (número de publicación 13-001).

Una vez especificados y definidos los bienes turísticos y no turísticos y las industrias turísticas y no turísticas, la TSA utiliza una tabla I-O clásica para asignar los flujos de bienes a las distintas industrias. ¿De dónde proceden esos datos?

Como hemos dicho anteriormente, la TSA empieza por una clasificación de las tres formas de turismo de la OMT/CENU: turismo interior, turismo extranjero y turismo de los nacionales hacia el extranjero. En

la Contabilidad Nacional de Canadá los gastos de los turistas extranjeros se anotan como exportaciones y los de los turistas nacionales en el exterior como importaciones. El turismo interior forma parte de los gastos personales en turismo por parte de los residentes en Canadá.

Después la TSA ofrece estimaciones independientes de los gastos personales de esos tres tipos de turistas, desagregados por bienes y sectores de la industria. La respectivas estimaciones (por bienes y sectores) se basan sobre todo en las cinco principales encuestas canadienses de las que se extrae información sobre las compras turísticas de los canadienses que viajan fuera y dentro del Canadá y de los no residentes que hacen turismo en Canadá. Además se extraen otras informaciones complementarias a partir de los resultados de la encuesta nacional de gastos familiares, otra encuesta realizada entre agencias de viajes, touroperadores y mayoristas turísticos y del índice de precios al consumo (IPC). De modo parecido y por el lado de la oferta, se sacan datos para estimaciones a partir de publicaciones y las tabulaciones especiales que se realizan de las más importantes encuestas industriales.

Para captar en su totalidad y hacer un seguimiento de los flujos de bienes relacionados con las actividades turísticas en Canadá, la TSA hace amplio uso de las hojas de trabajo de las tablas I-O de 1988.

A través de todos estos cálculos, la TSA ofrece "datos del turismo internamente consistentes y equilibrados", validando varias veces los datos mediante comprobaciones cruzadas. La TSA exige que haya equilibrio entre la oferta y la demanda de cada producto y entre el input y el output de cada industria:

> *La oferta total de cada bien turístico o no turístico debe ser igual a la suma de su demanda turística y no turística. Del mismo modo, para cada industria turística y no turística su output bruto, que corresponde a la suma de todos sus ingresos, debe ser igual a la suma de todos sus inputs o costes de producción, incluidos los ingresos del capital y el trabajo.*

Por último, a través de un nuevo proceso de estimación que incluye la distribución de todos los ingresos por actividad (turística u otra), tanto en las industrias turísticas como no turísticas, se obtiene la relación entre la TSA y las tablas I-O que ofrece la base necesaria para estimar el valor añadido y el PIB del turismo en Canadá.

RESULTADOS Y VENTAJAS DE LA TSA

Los resultados de la TSA canadiense, que se publicaron en 1994 tomando como base 1988, permitieron ver por primera vez y en detalle la posición del turismo para la economía nacional en el año base:

- Gastos totales del turismo en Canadá: 30.300 millones de dólares.
- Relación entre demanda total y consumo intermedio (viajes de negocios): 22.700 frente a 7.600 millones de dólares.

- Contribución del turismo al PIB (valor añadido): 13.300 millones de dólares, 2,5 por 100 del total.
- Relación del valor añadido de las industrias turísticas frente a las no turísticas: 10.000 a 3.300 millones de dólares.
- Relación entre el consumo doméstico y la exportación: 31.000 millones frente a 12.400 millones en 1997.
- Proporción del turismo en las exportaciones nacionales: 4 por 100 del total (6.500 millones), 37 por 100 de las exportaciones de servicios.
- Contribución neta del turismo a la balanza de pagos (no a la cuenta de viajes): 3.900 millones de dólares.
- Proporción del empleo en el sector turístico: 5 por 100 del total del sector industrial (467.000 puestos de trabajo a jornada completa equivalentes).

Estos y otros resultados de la TSA permitieron mostrar por primera vez que el turismo canadiense se encuentra entre los 12 principales sectores industriales en cuanto a producción bruta, proporción del PIB, exportación, empleo e ingresos totales de la mano de obra. Según determinadas variables económicas, el turismo está en Canadá por delante de muchos importantes sectores industriales, como el automovilístico y el metalúrgico, la agricultura, la caza y la pesca, la minería, el forestal y maderero, el petróleo y el gas natural. El turismo da empleo en Canadá a tantas personas como la agricultura, el triple que la minería o las exploraciones petrolíferas, un 18 por 100 más que el sector de transporte y almacenamiento y más del doble que las comunicaciones. ¡Por fin tuvimos ocasión de darnos cuenta de que el turismo era un sector estratégico clave en la economía nacional!

Los resultados de la TSA de 1988 demostraron también la estructura interna del conjunto de industrias turísticas y de los bienes y servicios que constituían la actividad económica del turismo. Visto desde la perspectiva de la demanda de la nueva TSA, algunas industrias del sector turístico eran muy importantes y otras no tanto. Los 30.300 millones de dólares de ingresos por productos turísticos suponían que más del 40 por 100 de esos ingresos se gastaban en transporte comercial y privado (casi la mitad, 6.000 millones de dólares, en transporte aéreo), 13 por 100 en alojamiento, 19 por 100 en servicios del sector de alimentación y bebidas, 8 por 100 en otros bienes y servicios turísticos como espectáculos y servicios de agencias de viajes y 16 por 100 en otros productos como alimentos, recuerdos, ropa, equipos para camping, etcétera.

La nueva herramienta descubrió también por primera vez qué industrias se basaban fundamentalmente en el turismo y cuáles dependían menos del turismo para su subsistencia. Algunas como las agencias de viajes (98 por 100 de la oferta nacional), transporte de pasajeros (95 por 100), alojamiento (92 por 100) y alquiler de vehículos (83 por 100) dependen casi en su totalidad del turismo mientras que otras, como los taxis (22 por 100), espectáculos (28 por 100) y servicios de alimentación y bebidas, como bares y restaurantes (26 por 100) dependen menos del turismo, aunque también es importante para ellas.

También demostró esta herramienta por primera vez en qué medida encajan los bienes y servicios, tanto de las industrias turís-

ticas como de las no turísticas, que consumen los visitantes. Estos resultados coinciden perfectamente con los nuevos requisitos de información de la nueva estructura de colaboración de la industria y el mandato de la CTC y además aportan multitud de detalles útiles que han permitido conocer mucho mejor la estructura de la oferta y demanda de turismo en Canadá. Cuatro años después, los analistas todavía siguen descubriendo el significado y la utilidad de algunos de los resultados iniciales y nuevas maneras de utilizar la TSA para analizar más aspectos económicos del turismo.

Por otro lado, la publicación de los primeros resultados de la TSA vino a demostrar que el concepto de industria turística ya ha dejado de ser una idea teórica y abstracta que no tiene medida dentro de la economía. El turismo tiene en la economía canadiense un significado concreto, visible e importante. Además el hecho de que estos resultados fueran publicados independientemente por Statistics Canada les dio la objetividad y fiabilidad, tanto a esos resultados mismos como a las consecuencias y conclusiones extraídas de ellos.

PROBLEMAS Y DIFICULTADES

Uno de los principales problemas metodológicos encontrados al elaborar la TSA tiene que ver con la variedad, cantidad y calidad de las fuentes de datos necesarios. Una característica importante de dicha cuenta es que divide la demanda de turismo en tres ramas fundamentales (interior, turismo extranjero y turismo de nacionales en el extranjero) y en los principales grupos de productos y después hace lo mismo con la oferta, primero entre grupos de productos y luego entre distintas industrias. Este enfoque tiene al mismo tiempo sus ventajas y sus inconvenientes.

Por un lado pone a prueba la cobertura y profundidad de los datos en todos los aspectos de la demanda y la oferta turísticas dentro del sistema estadístico. Cualquier fallo importante, tanto en el contenido como en la cobertura respecto a la población o a la representatividad de la muestra, quedan enseguida en evidencia. Estas limitaciones respecto a los datos pueden limitar a su vez el desarrollo de la cuenta o el nivel de detalle que se puede alcanzar en algunas de sus tablas.

Pero por otro lado la ventaja es que la modularidad de este enfoque facilita un desarrollo modular tanto de las cuentas como del sistema de estadísticas nacionales en su conjunto. Si se dispone de datos nacionales relevantes y recursos analíticos suficientes, se puede ir construyendo una TSA endógena para los segmentos demandados, los productos vendidos y los sectores industriales que resulte adecuada al volumen de transacciones y a la información disponible y que al mismo tiempo siga estando dentro de un marco conceptual que la haga comparable con otras.

Los documentos de trabajo que se han publicado o que están sin publicar indican que, además de Canadá, esta estrategia ha sido aplicada con éxito por Estados Unidos, México, La República Dominicana, Noruega y Polonia, países que han mantenido la fiabilidad de los datos a través de su relación demostrable con las correspon-

dientes fuentes nacionales y basándose en hipótesis analíticas adecuadas a su experiencia específica geocultural.

Pero al mismo tiempo surge otro problema metodológico: uno de los nuevos procesos que supone el desarrollo de una TSA dentro de un sistema de cuentas nacionales es que todos los datos de oferta y demanda turística están equilibrados. En la práctica esto significa que se comparan las estimaciones de los gastos de los visitantes y no visitantes en los distintos bienes y servicios turísticos con los ingresos de las industrias que los producen. Mediante un gran esfuerzo y atención esos datos se compulsan, se igualan y resultan consistentes entre sí pero una consecuencia importante de un análisis interno tan detallado de los datos es que pueden poner de manifiesto otro tipo de fallos en la infraestructura de los datos nacionales, como incoherencias, deficiencias, resultados conflictivos o datos que no son útiles. Todos estos problemas pueden amenazar la confianza de los productores y usuarios de los distintos tipos de datos utilizados.

Por otro lado, el lado positivo de las dos situaciones anteriores es que, una vez expuestas, estas limitaciones de los datos se convierten a su vez en temas de discusión por parte de los distintos protagonistas y grupos de trabajo con el fin de mejorar las fuentes de datos primarios y secundarios. Por ejemplo y en el caso de Canadá, investigaciones específicas de este tipo han llevado a la mejora en distintos procesos de cálculo de las cuentas nacionales y a nuevos esfuerzos para mejorar la cobertura y el contenido de las encuestas que se realizan entre establecimientos hoteleros, agencias de viajes e industrias turísticas.

Los líderes del mercado, políticos y ejecutivos industriales se encuentran con otros importantes problemas no metodológicos. En Canadá, algunos de los resultados obtenidos en las investigaciones para la elaboración de la TSA han puesto en entredicho los mitos e hipótesis convencionales sobre el alcance de la industria turística y su significado para la economía nacional. En concreto ha habido tres conclusiones que han resultado especialmente provocativas:

1) Las inversiones en esta nueva industria suponen un rendimiento relativamente alto del trabajo y relativamente bajo del capital en comparación con otras industrias.

2) A los bienes y productos turísticos sólo se les puede asignar una proporción relativamente baja de los ingresos totales por turismo.

3) De modo semejante, a las industrias turísticas sólo se les puede atribuir directamente una proporción de los ingresos totales relativos a la actividad económica del turismo bastante menor de lo esperado.

También ha surgido otro problema por parte de los propios representantes del sector turístico como consecuencia de la tardanza en aparecer los datos de la TSA. Aunque la CTC y todo el mundo turístico canadiense aplaudió la elaboración de esta cuenta satélite, piden que los resultados sean más rápidos y frecuentes. Sin embargo, la gran cantidad

de datos necesarios para elaborar la cuenta satélite del turismo y su preparación y cálculos necesarios hacen que esta tarea sea larga y, en consecuencia, la TSA anual sólo se puede presentar pasados tres o cuatro años a partir de su elaboración.

Sin embargo los protagonistas del sector turístico canadiense necesitan algo más inmediato para seguir la evolución turística con fines contables, analíticos, de planificación, promoción y toma de decisiones. Los analistas necesitan también entender cómo va evolucionando el fenómeno y la industria turística en respuesta a nuevas condiciones externas. Para remediar esta situación, Statistics Canada, con la colaboración económica de la Canadian Tourism Commission, ideó y desarrolló una ampliación de la TSA, un nuevo grupo de series temporales que se conoce como National Tourism Indicators (NTI). Esta nueva herramienta estadística, que resultó otra auténtica primicia y que abarca un periodo de 10 años, contribuye a que los interesados del sector turístico encuentren respuestas a sus preguntas sobre el comportamiento y la evolución económica del turismo canadiense, tanto desde el lado de la demanda como del de la oferta.

DE LA CUENTA SATÉLITE DEL

Tourism Indicators (NTI), que ofrecen datos trimestrales y anuales desde 1986 hasta la fecha de la mayoría de los componentes de la TSA. Consisten en más de 300 series temporales de datos sobre la demanda turística en Canadá (tanto del turismo interior como de los turistas extranjeros), la oferta de bienes y servicios turísticos y el empleo generado por el turismo.

Existen tres publicaciones básicas: una histórica que cubre el periodo de 1986 a 1996 e incluye estimaciones anuales y trimestrales; una publicación trimestral que actualiza los datos históricos y se publica trimestralmente con las estimaciones disponibles, no más tarde de los 75 días del final del trimestre de referencia y por fin, para los más interesados en temas metodológicos, una Guide to National Tourism Indicators, Sources and Methods (Guía a los indicadores nacionales turísticos, sus fuentes y métodos).

LOS DATOS DE LOS NTI

Las tres primeras tablas de la Sección A de la publicación trimestral National Tourism Indicators ofrecen datos trimestrales y anuales de la demanda (total) turística en Canadá. Es

cios del aumento general. Canadá consigue así su segundo menor deficit en la balanza de viajes en los últimos diez años.

Aunque el principal incremento sigue siendo en el número de viajes de corta duración por parte de estadounidenses, la demanda interior sigue siendo fuerte con un aumento del 4,3 por 100 sobre el mismo periodo del año anterior. El empleo en el sector turístico sigue aumentando más que en el conjunto de la economía, un 11,2 por 100 sobre el mismo periodo del año anterior. El empleo total generado por el turismo ha aumentado un 2,3 por 100 llegando a 503.200 personas, 11.300 más que al final del mismo periodo del año anterior. ¡Toda esta información, tan precisa, se produce ahora además con una gran rapidez!

ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS Y CICLOS EN LOS NTI

Los análisis de tendencias que hemos hecho hasta ahora han tratado de responder a preguntas como las siguientes: ¿Son las tendencias de los indicadores turísticos relativamente mayores o menores que las de la economía canadiense en general? ¿Marcan los NTI una tendencia en la misma dirección que los demás indicadores de la economía canadiense? ¿Presentan una tendencia en la misma dirección tanto los agregados como los distintos componentes de la demanda, la oferta y el empleo turístico? ¿Son comparables las tendencias de todos estos agregados y componentes?

Del mismo modo, los análisis de los ciclos turísticos hasta la fecha tratan también de responder a tres preguntas básicas: ¿En qué medida las variaciones cíclicas de un determinado indicador turístico se pueden explicar por las de la economía canadiense en su conjunto? ¿Son las fluctuaciones cíclicas de los indicadores turísticos mayores o menores que las de la economía en su conjunto? ¿Sigue el ciclo turístico al ciclo general y, en tal caso, con qué desfase?

También se utiliza la tendencia para calcular el componente cíclico de cada indicador turístico. Ese componente (definido como **valor real - tendencia dividido por la tendencia)** mide la desviación de las observaciones trimestrales reales (ajustadas estacionalmente) respecto a la tendencia. Un componente cíclico negativo indica que la observación real está por debajo de la tendencia, como sucede en caso de recesión. La tendencia y los componentes cíclicos de cada NTI se comparan con la tendencia y los componentes cíclicos de la economía canadiense en su conjunto, concretamente con los datos del PIB y del empleo.

SEGUIMIENTO, RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LAS TENDENCIAS

Las principales conclusiones de nuestro seguimiento estadístico y análisis de las tendencias son las siguientes (1): la primera y más importante, que el turismo es un sector impulsor del crecimiento y creador de empleo en la economía canadiense. Desde el primer trimestre de 1986 hasta el cuarto de 1996, los gastos totales por turismo en Canadá, en dólares constantes de 1986 ajustados estacionalmente, aumentaron un 25,5 por 100, un creci-

miento casi dos puntos superior al del PIB. Medidos en precios de 1986, los gastos totales por turismo en el cuarto trimestre de 1996 son más de 1.500 millones de dólares superiores a los de 10 años antes.

Mientras que el turismo es un sector impulsor del crecimiento de la economía en Canadá, existen importantes diferencias en las tasas de crecimiento, tanto a lo largo del periodo como dentro del propio sector turístico. Los gastos por turismo pasaron de 5.967 millones de dólares en el primer trimestre de 1986 a un máximo de 7.005 millones en el segundo trimestre de 1990. Durante la recesión de los primeros años 90, los gastos por turismo alcanzaron la cota mínima de 6.374 millones de dólares en el tercer trimestre de 1991, con un descenso del 9 por 100. Del mismo modo, la recuperación de la economía a partir de mediados de los 90 hizo aumentar de nuevo los gastos por turismo llegando a unos 7.500 millones de media trimestral en 1996.

Ese aumento del 25,5 por 100 en los gastos turísticos vino acompañado por otro del 22 por 100 en el empleo en las industrias turísticas, medido en número de personas-año. Este aumento durante el periodo 1986-1996 es casi el doble que el empleo global en los sectores secundario y terciario (12 por 100). En el cuarto trimestre de 1996 trabajaban en el sector turístico canadiense 69.100 personas más que en el primer trimestre de 1986 y había además otras 13.100 personas en empleos indirectos generados por la demanda turística.

Esta alta tasa de crecimiento en los gastos y el empleo por turismo se han visto propiciados por un enorme aumento de la demanda de exportación turística, sobre todo a partir de 1992. Las exportaciones turísticas aumentaron en el periodo estudiado un 58 por 100, más del doble que el PIB. Sin embargo el aumento de los gastos en turismo interior es algo inferior al del PIB (un 15 por 100), aunque bastante mayor que el aumento de la producción canadiense para el mercado interior (PIB menos exportaciones).

Volviendo a los productos turísticos, durante el periodo 1986-1996 el aumento estimado de la tendencia de los principales componentes de la demanda turística canadiense ha sido el siguiente: 8,21 por 100 en el transporte, 39,10 por 100 en el alojamiento, 9,64 por 100 en los servicios de alimentación y bebidas y 41,70 por 100 en otros productos turísticos. Estas variaciones de la tendencia son todavía mayores si se comparan los distintos subcomponentes de los productos turísticos, desde un 224,60 por 100 de aumento en la demanda de los servicios de agencias de viajes, seguida por un 42,94 por 100 en la demanda de plazas hoteleras. No obstante, la tendencia de la demanda de transporte aéreo de pasajeros presenta un crecimiento de sólo el 3,61 por 100, prácticamente cero. Aunque existe un aumento del 39,10 por 100 en la demanda de alojamiento, la de servicios de alimentación y bebidas en los establecimientos hoteleros ha experimentado un descenso del 14,60 por 100.

La demanda interior de alojamiento y otros productos turísticos presenta también una clara tendencia al alza (30,23 y 40,69 por 100, respectivamente), mientras que la de transporte y servicios de alimentación y bebidas son prácticamente cero. En cuanto a

los subcomponentes de los productos turísticos demandados por el turismo interior, la historia es muy similar a la de las cifras globales, con un gran incremento del 222,68 por 100 en los servicios de las agencias de viajes. En cuanto al alojamiento, la demanda interior presenta una tendencia al alza del 30,23 por 100 y una disminución del 27,48 por 100 en cuanto a los servicios de alimentación y bebidas en los establecimientos hoteleros. Donde hay una gran diferencia es en el alquiler de vehículos, donde la demanda interior presenta una tendencia decreciente del 31,53 por 100 frente a un aumento del 20,05 por 100 en la demanda total.

Los aumentos de tendencia estimados en los componentes y subcomponentes de la demanda turística de exportación son mayores que en el caso del turismo interior, con una sola excepción (reparaciones y recambios de vehículos). Los mayores aumentos se producen en el alquiler de vehículos (213,81 por 100), alojamiento (56,40 por 100), transporte aéreo de pasajeros (58,85 por 100) y servicios de alimentación y bebidas en los establecimientos del sector (52,60 por 100). Los menores aumentos son los de esos servicios de alimentación y bebidas en establecimientos hoteleros (14,49 por 100), combustibles (21,75 por 100) y reparaciones y recambios de vehículos (27,46 por 100).

El aumento estimado de la tendencia de los componentes y subcomponentes de la oferta turística es similar a la demanda. Se observan grandes aumentos en la oferta de servicios de las agencias de viajes (225,72 por 100) y en el alojamiento (39,22 por 100) y una disminución de la oferta de servicios de alimentación y bebidas por parte de los establecimientos hoteleros (- 27,79 por 100). Es decir, los hoteles y moteles se dedican cada vez más en exclusiva al servicio de alojamiento y no al de restauración.

El aumento estimado de la tendencia en el empleo en las industrias turísticas (atribuible al turismo) durante el periodo 1986-1996 es del 12,72 por 100, que supera en casi cuatro puntos el aumento del empleo en los sectores secundario y terciario. Es decir, el turismo es un sector impulsor del crecimiento y creador de empleo en la economía canadiense. Las dos industrias turísticas con mayor crecimiento del empleo son las de las agencias de alquiler de vehículos (64,28 por 100) y agencias de viaje (54,30 por 100).

RESULTADOS CÍCLICOS Y CONCLUSIONES

En la demanda turística, la oferta de productos turísticos y el empleo en el sector turístico se producen ciclos muy pronunciados. La mayoría de las variaciones cíclicas de esos tres factores en la economía canadiense se pueden explicar por las variaciones cíclicas del total de la economía. Las variaciones del 73 y del 86 por 100 en la demanda turística y de oferta de productos turísticos canadienses se pueden explicar por las variaciones cíclicas del PIB y además se observa que el ciclo turístico y el ciclo económico general están estrechamente sincronizados.

Sin embargo existen considerables variaciones en los aspectos cíclicos de los distintos componentes turísticos. El 81 por 100 de variación cíclica en la oferta de servicios

de alimentación y bebidas se puede explicar por la variación cíclica del PIB, frente a sólo el 32 por 100 de variación en la oferta de alojamiento. Del mismo modo, la variación cíclica del PIB canadiense sólo explica un 12 por 100 de la variación de la demanda de exportación turística, pues ésta depende fundamentalmente de las condiciones económicas de otros países, del tipo de cambio de sus monedas con el dólar canadiense y de otros acontecimientos aleatorios. Por último, y a diferencia de los ciclos de la demanda y la oferta turística, el del empleo turístico no está sincronizado con el del PIB canadiense. Sólo la tercera parte del coeficiente de sensibilidad cíclica del empleo turístico en todas las industrias se puede atribuir al componente cíclico del PIB.

Resumiendo, las principales conclusiones del análisis de las estadísticas, tendencias y ciclos derivados de la TSA canadiense son las siguientes: i) el turismo es uno de los principales sectores de la economía canadiense; ii) es uno de los principales creadores de empleo; (iii) presenta una tendencia de crecimiento a largo plazo; iv) gran parte de ese crecimiento es muy irregular dentro del sector, y v) es también muy volátil, con importantes fluctuaciones cíclicas. Es decir, el turismo sigue las grandes oscilaciones del ciclo económico general pero además las mayores debidas a la estacionalidad.

IMPLICACIONES POLÍTICAS Y PROGRAMÁTICAS

Según todo lo que hemos visto, ¿qué visión, resultados y conclusiones ofrecen todas estas cifras para la estrategia de marketing y el desarrollo del turismo en Canadá? ¿Qué orientaciones ofrecen para promover el crecimiento y la rentabilidad de la industria turística canadiense?

En primer lugar, los resultados confirman la importancia del turismo como industria estrategia clave para la economía canadiense. En segundo lugar, las diferencias en las respectivas tendencias y ciclos en la demanda interior e internacional sugieren que, para conseguir unos resultados óptimos, Canadá debe mantener un equilibrio estratégico de iniciativas de promoción centradas tanto en el mercado como en e internacional. Además debe mantener una gran flexibilidad estratégica para poder cambiar sus promociones a medio plazo de uno a otro mercado, respondiendo así a las condiciones económicas prevalentes en cada uno de ellos.

En tercer lugar, dada la importancia del ciclo económico canadiense sobre la economía turística del país, CTC debe vigilar, prever y planificar las posibles fluctuaciones en la venta global de bienes y servicios turísticos y ajustar sus objetivos y estrategias en consecuencia. En cuarto lugar, dada la heterogeneidad del comportamiento del sector turístico, la CTC como organismo que toma decisiones que afectan al sector debe evitar las reacciones exageradas a las expectativas a corto plazo de cualquier grupo de intereses dentro del sector. Por último, dado que una parte importante de los gastos y del empleo en el sector turístico se generan fuera del sector, hay que reconocer que existen grandes oportunidades sinérgicas y aprovechar ese reconocimiento para ampliar la estrategia de marketing y desa-

rrollo de la CTC, colaborando con sectores no tradicionales que vendan a los visitantes productos y servicios no turísticos.

NUEVAS LÍNEAS DE DESARROLLO

Además de la importante ampliación de la TSA que supone el desarrollo de los indicadores nacionales turísticos o NTI, se han producido otras dos más modestas. Una afecta a la creación de un módulo suplementario para calcular el total de ingresos públicos e impuestos directamente atribuibles al turismo y otra al desarrollo de estimaciones del número total y de la distribución de las empresas del sector turístico canadiense.

Los resultados de la primera fase del cálculo de los ingresos públicos por turismo, que afecta aproximadamente al 75 por 100 de todos los ingresos, indica que la parte de los ingresos públicos debida al turismo es importante y mayor que la aportación del turismo al PIB. Los ingresos por turismo de todos los gobiernos, tanto el central como los provinciales, se estiman en un 5,3 por 100 y en un 2,1 por 100 en cuanto a los municipales. Tomando como referencia el año 1992, esos porcentajes suponen un total de 10.800 millones de dólares, es decir, unos 30 centavos de cada dólar gastado en turismo en territorio canadiense.

La aparición de estos resultados a partir de la TSA a finales de 1996 contribuyó a que el Gobierno aumentara el presupuesto de la nueva agencia de marketing turístico en un momento en el que se redujo el gasto público prácticamente en todas las partidas dentro de la estrategia general de reducción del deficit público.

De modo similar, a mediados de 1997 se obtuvieron los primeros resultados sobre estimación del número de empresas que trabajan en el sector turístico canadiense. Basados en la versión canadiense del sistema estándar de clasificación industrial de 1980, los datos eran que en 1995 había unos 96.000 establecimientos turísticos. De ellos la mayoría (un 57 por 100) correspondía al sector de alimentación y bebidas, seguidos por el de espectáculos (19 por 100), alojamiento (12 por 100), transporte (6 por 100), servicios de viaje (5 por 100) y todavía quedaba un 1 por 100 perteneciente a la categoría de varios.

Si se comparan estos resultados con otros de la TSA relativos a los ingresos y empleo por turismo en las industrias del sector, resulta evidente que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas turísticas canadienses pertenecen al sector de la alimentación y bebidas y al de espectáculos.

TRABAJOS EN CURSO Y PLANES FUTUROS

A pesar del considerable trabajo realizado hasta la fecha para poner en marcha y desarrollar la Cuenta Satélite del Turismo en Canadá, podemos decir que todavía estamos en el principio. Actualmente se trabaja en distintas mejoras y ampliaciones de la TSA y se están preparando o planificando otros para el futuro.

Una prioridad inmediata para el año que viene es publicar nuevos datos de la cuenta para actualizar el año base, trasladándolo a 1992. Esto nos permitirá examinar por primera vez los cambios estructurales que se hayan producido en la industria. Posteriormente, en 1999, Statistics Canada publicará la versión final del Tourism Economic Impact Model complementario de la TSA. Esta herramienta ofrecerá un medio de calcular los efectos económicos indirectos del turismo dentro del marco económico de la TSA y analizar a fondo la influencia que tiene el turismo sobre el lado de la oferta. Aunque este es un producto nuevo que todavía no se ha aplicado a la toma de decisiones por parte de la industria, los primeros trabajos han permitido realizar análisis de sensibilidad y alterar los programas y la estrategia de marketing de las campañas turísticas.

Otra novedad actualmente en desarrollo es la extensión "hacia abajo" de la TSA con el fin de obtener resultados a nivel regional. Dada la naturaleza descentralizada del turismo dentro de la estructura administrativa española, si esta idea resulta se podría aplicar perfectamente dentro de una Cuenta Satélite del Turismo en España. En los primeros resultados de los estudios de viabilidad llevados a cabo en Canadá indican que esta extensión es perfectamente posible y aplicable a todas las provincias y territorios, dada la infraestructura estadística canadiense.

El principal problema parece ser que, debido a las limitaciones de disponibilidad de los datos y a la confidencialidad en las provincias más pequeñas, el grado de detalle tanto de los bienes y productos como de las industrias turísticas sería menor a nivel provincial que nacional.

Otros temas que están actualmente en estudio son la ampliación de la TSA para que incluya otras capas y módulos (sobre todo en cuanto al empleo y formación de capital), según se establecía ya en el concepto original que se discutió en la Organización Mundial del Turismo. Y a más largo plazo, la posibilidad de desarrollar una serie paralela de **indicadores microeconómicos** basados en estadísticas financieras que permitieran seguir la evolución de las empresas típicas de los distintos subsectores turísticos. Así se crearían perfiles independientes de las grandes, pequeñas y medianas empresas turísticas por subsectores y regiones, con el fin de que los políticos y ejecutivos pudieran comparar y evaluar el comportamiento de cada empresa con otras de su sector, de otros sectores, otras regiones, etc. Estos datos podrían a su vez ser utilizados por otras empresas, como los bancos y compañías de seguros, en sus estudios de evaluación del riesgo de inversiones y préstamos en el sector turístico.

A medida que la TSA canadiense vaya produciendo más datos y se pongan en marcha proyectos similares en otros países, iremos adquiriendo un mayor conocimiento de la industria turística y de nuevas aplicaciones. Por el momento la situación sería como la de Galileo con el telescopio: el potencial es enorme, cada día aprendemos cosas nuevas pero por el momento sólo estamos trabajando con un porcentaje muy bajo de las posibilidades.

AGRADECIMIENTOS

El autor desea agradecer a las muchas personas que han tomado parte en las ideas y proyectos descritos en este artículo, pero sobre todo a los funcionarios de la CTC en todo el desarrollo de la TSA y al personal de la división de investigación de la National Income and Expenditure Accounts Branchs. Sobre todo a Jocelyn Lapierre, Katherine Kemp, Jacques Deslisle, David McDowell y John Joice. Gracias también a Sophie Joyal y Nicholas Strizzi, que han trabajado en distintos proyectos y artículos de la Canadian Tourism Commission. Gracias a David Wilton y al departamento de economía de la universidad de Waterloo, que han desarrollado diversos análisis para la CTC. Por último, todos debemos agradecer especialmente a Kathy Campbell, ex-directora de educación, turismo y cultura de Statistics Canada, su apoyo decidido al proyecto de la Canadian Tourism Satellite Account desde sus primeros balbuceos.

NOTAS

(1) Para una referencia más amplia a los resultados estadísticos, con tablas y gráficos, véase D. Wilton, "Recent Developments in Tourism as Revealed by the National Tourism Indicators", Canadian Tourism Commission, Research Report 1998-1.

REFERENCIAS

Bank of Canada, *Bank of Canada Review.* Bank of Canada.

LISE BEAULIEU-CARON: "National Tourism Indicators: A New Tool for Analysing Tourism in Canada", *Travel-log,* Statistics Canada, núm. de publicación 87-003-XPB, invierno, pp. 1-6, 1997.

JOCELYN LAPIERRE y STUART WELLS, S.: "A Proposal for a Satellite Account and Information System for Tourism", ponencia presentada ante la International Conference on Travel and Tourism Statistics, Ottawa, 1991.

JOCELYN LAPIERRE y DUANE HAYES: *The Tourism Satellite Account,* National Accounts and Environment Division, Technical Series no. 31, Statistics Canada, julio de 1994.

SCOTT MEIS y LAPIERRE, J.: "Measuring Tourism's Economic Importance - a Canadian case study", *Travel and Tourism Analyst* (2) 79-89, 1994.

SCOTT MEIS y WILTON, D., "Assessing the Economic Outcomes of Branding Canada: Applications, Results and Implications of the Canadian Tourism Satellite Account", Proceedings of the 29th Conference, Travel and Tourism Research Association (Fort Worth, Texas, USA), junio de 1998 (próxima publicación).

National Task Force on Tourism Data, *Tourism Satellite Account,* Working Paper no. 3, Statistics Canada, Ottawa, 1991.

National Tourism Indicators, Historical Estimates 1986 to 1995, System of National Accounts, Statistics Canada, no. 13-220 XPB, junio de 1996.

Guide to the National Tourism Indicators, Sources and Methods, System of National Accounts, Statistics Canada, no. 13-594 GPE, agosto de 1996.

National Tourism Indicators, Historical Estimates 1987 to 1996, System of National Accounts, Statistics Canada, no. 13-220 XPB, junio de 1997.

National Tourism Indicators, Quarterly Estimates, First Quarter 1997, System of National Accounts, Statistics Canada, no. 13-009 XPB, junio de 1997.

Tourism Committee, Statistical Working Party, *A Tourist Satellite Account for OECD Countries (Draft),* OECD, París, octubre de 1998.

United Nations/OECD/International Monetary Fund/World Bank/European Statistical Commission, *System of National Accounts,* New York/Paris/Washington/Brussels/ Luxembourg, 1993.

DAVID WILTON: *A Comparison, Explanation and Reconciliation of the Estimates of the Economic Significance of Tourism in Canada by the WTTC and Statistics Canada u¡in the Tourism Satellite Account,* Canadian Tourism Commission, Ottawa, 1996.

DAVID WILTON, JOYAL S. y MEIS S.: "The Economic Significance of Tourism - comparing Canada and WTTC Estimates", *Proceedings of the Third International Forum on Tourism Statistics,* OECD, Paris, 1997.

DAVID WILTON: *Recent Developments in Tourism as Revealed by the National Tourism Indicators,* Canadian Tourism Commission, Research Report 1998-1, junio de 1998.

Organización Mundial del Turismo, *Recommendation on Tourism Statistics,* Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1994.

Organización Mundial del Turismo, *Technical Manual no. 2: The Collection of Tourism Expenditure Statistics,* Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1995.

Organización Mundial del Turismo, *A Satellite Account for Tourism (4th Draft),* Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1998.