Estudios Turísticos, n.º 144-145 (2000), pp. 103-124

Instituto de Estudios Turísticos
Secretaría de Estado de Comercio y Turismo

EL PROYECTO SAETA. UN INSTRUMENTO PARA LA OBSERVACIÓN REGIONAL DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA**

Joaquín Aurioles Martín*

Resumen. El análisis del turismo como actividad económica exige, como punto de partida, una explicación global del equilibrio entre oferta y demanda de recursos. Esta necesidad se cubre satisfactoriamente con la elaboración de cuentas satélite. El análisis económico del turismo plantea, no obstante, necesidades adicionales de información entre las que destacan los elementos de observación en el corto plazo, la predicción del comportamiento de la demanda, las relaciones entre el turismo y la economía en general, el estado de la competencia y la coyuntura de los mercados emisores. La cuenta satélite del turismo proporciona una visión descendente de la actividad desde los aspectos más generales hasta los más específicos, lo que significa que a partir de la explicación del equilibrio básico pueden plantearse diferentes alternativas de desarrollo. Desde la perspectiva de las regiones, las prioridades se establecen en términos de detalle territorial. La división del territorio en unidades que permitan identificar flujos turísticos al exterior de la residencia habitual constituye un requisito imprescindible para la cuantificación del turismo interior y, por extensión, para la evaluación económica del turismo. La profundización en el detalle territorial permite, por otra parte, aspirar a cubrir otras necesidades en materia de análisis ambiental, indicadores de gestión o de densidad, infraestructuras, estacionalidad, segmentos turísticos, etc.

El Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo en Andalucía (proyecto SAETA) pretende ofrecer una respuesta adecuada a la demanda de información estadística existente en la Comunidad Autónoma. En el mismo se incluye un modelo de análisis económico del turismo que partiendo de la cuantificación de la actividad desarrolla instrumentos para la medición de su impacto sobre el conjunto de la economía andaluza y para predecir a corto plazo el comportamiento de la demanda. El modelo se nutre de diferentes fuentes de información, aunque la más importante es la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía desde 1997. El proyecto SAETA acaba de comenzar su segunda etapa correspondiente al periodo 2000-2004 en la que el principal objetivo es la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo en Andalucía para el año 2000.

Palabras clave. Estadísticas regionales de turismo; Cuenta satélite del turismo; Impacto económico del turismo.

I. INTRODUCCIÓN

La complejidad de las actividades que se desarrollan en torno al turismo y la diversidad de relaciones con otros planos de la vida social han determinado que la simple definición del turismo haya resultado tradicionalmente difícil, controvertida e insatisfactoria. No es el caso de otras actividades económicas, como el transporte, el comercio, la banca, etc., cuya dimensión económica ha trascendido sobre consideraciones de cualquier otro tipo, a pesar de la incuestionable repercusión social de su desenvolvimiento. En el turismo, como con el medio ambiente, el territorio, o el deporte, se superponen sobre el plano estrictamente económico otras perspectivas de, como mínimo, similar trascendencia, lo que explica que *toda definición del turismo debe ser considerada como una visión parcial del hecho turístico, tanto desde una concepción global del mismo como desde la particular perspectiva adoptada para su investigación o análisis* (Quevedo, 1999; p. 58). Desde este punto de vista, el estudio del turismo es

* Director General de Estudios Andaluces. Consejería de Relaciones Institucionales. Junta de Andalucía.

** Para la elaboración de este artículo se ha contado con la colaboración del equipo de SAETA y de Elena Manzanera, Jefa del Servicio de Planificación Turística de la Consejería de Turismo y Deporte.

habitualmente objeto de estudio desde planos distintos (territorial, urbanístico, cultural, medioambiental, etc.), todos ellos igualmente relevantes, y en los que el énfasis en uno u otro tipo de variable depende de la perspectiva disciplinar desde la que se observe.

Desde la óptica de la economía las dificultades para su definición derivan de los problemas de delimitación de la actividad desde el punto de vista de la oferta. La necesidad de satisfacer una visión global del turismo como actividad económica exige una explicación básica del equilibrio *ex post* entre recursos y empleos que, en este caso, significa mostrar la forma en que el sector satisface la heterogénea demanda de bienes y servicios que realizan los turistas. Al no tratarse de una actividad homogénea ni desde el punto de vista de las características de los productos ni de la tecnología empleada en su elaboración, la unidad básica de observación es el visitante y su comportamiento el principal objeto de la misma. Esto significa que la investigación del turismo como actividad económica debe ser el estudio del singular funcionamiento de mercados parciales de bienes y servicios cuya característica común es atender la demanda de visitantes que, presumiblemente, responden a estímulos distintos a los que gobiernan el comportamiento de estos mismos mercados completos.

Esta visión de conjunto puede proporcionar una panorámica adecuada y suficiente de las características generales del turismo, aunque necesariamente tiene que ser complementada con otros aspectos adicionales que satisfagan necesidades concretas del análisis que, por otra parte, pueden ser de muy diversa naturaleza. La propia metodología de cuentas satélite del turismo propone un desarrollo de la información general sobre el sector desde la perspectiva de su integración en los sistemas de cuentas nacionales (UN; EUROSTAT; OCDE; OMT, 2000). Otros posibles desarrollos podrían basarse en la consideración de las variables que más intensamente vayan a influir sobre el sector en el futuro, como sería el caso de las alteraciones en la estructura empresarial como consecuencia de los procesos de fusiones a nivel nacional e internacional, la influencia de las nuevas tecnologías en las tareas de gestión y comercialización, la fiscalidad o el medio ambiente. Una perspectiva particular sería, igualmente, la que interesa desde el punto de vista de las regiones y territorios diferenciados desde un punto de vista turístico. En este caso la información estadística no se plantea sólo como un instrumento para el análisis económico de la actividad, sino también como una herramienta útil para la gestión, tanto por parte de las administraciones públicas como privadas.

El proyecto SAETA[1] nace con la intención de satisfacer las necesidades de información estadística del turismo en Andalucía y desarrollar una metodología de análisis del sector que proporcione valoraciones sistemáticas de sus relaciones con el resto de las actividades económicas, de su posición en los mercados en términos de competitividad y de las previsiones de evolución en el corto plazo. Se trata, por lo tanto, de una óptica fundamentalmente económica que obliga a plantear un método de gestión de la información de base y un modelo de aná-

lisis económico de la actividad que sea de utilidad para el diseño, ejecución y seguimiento de políticas públicas y empresariales. El proyecto parte del reconocimiento del conjunto de Andalucía como un único destino turístico integrado por diferentes elementos que, por su complementariedad, se benefician de acciones conjuntas de fomento, ordenación y promoción. Desde esta perspectiva aparecen necesidades complementarias a la explicación del equilibrio básico de recursos y empleos (que en principio quedaría cubierto con la elaboración de cuentas satélite) cuya satisfacción exige la realización de operaciones específicas. Estas necesidades se refieren, en algunas ocasiones, al simple conocimiento de la forma en que funciona el sector a grandes rasgos (comportamiento de los mercados de origen, análisis de destinos competidores, predicción a corto plazo, etc.), pero en otras requiere un esfuerzo especial de profundización en las características del turismo local en términos de detalle territorial, segmentos turísticos, indicadores de apoyo a la gestión política y comercial (grado de satisfacción, valoración de servicios, características de la oferta, capacidad de las infraestructuras, etc.) y elementos para el análisis de la coyuntura.

A lo largo de este artículo se expone la forma en que Andalucía ha planteado la resolución de sus necesidades de información estadística y análisis en el turismo a través del Proyecto SAETA, del que ahora se inicia su segunda fase[2]. Cubiertos en un elevado porcentaje los objetivos inicialmente establecidos en la definición original del proyecto, la etapa iniciada en el año 2000 se plantea fundamentalmente tres objetivos. En primer lugar, abordar la realización de la cuenta satélite del sector como culminación de un proceso que aspira a la explicación completa del equilibrio entre recursos y empleos en el sector turístico andaluz y de sus relaciones con el conjunto de la actividad económica. En segundo lugar, la consolidación de las operaciones que actualmente se realizan en términos de calidad e integración en el sistema estadístico regional, así como el reforzamiento del análisis y de los mecanismos para la difusión de los resultados. En tercer lugar, un conjunto de operaciones específicas dirigidas a mejorar la información coyuntural, mediante el establecimiento de un sistema de indicadores edificado sobre la base que proporciona la cuenta satélite (uno de cuyos principales *beneficios estadísticos* inmediatos será disponer de una base de ponderaciones única y actualizada para la elaboración de indicadores de coyuntura), y a profundizar en el detalle de la información, fundamentalmente en lo que se refiere a datos territoriales y a segmentos turísticos específicos.

II. LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA SOBRE EL TURISMO. LAS NECESIDADES DE LAS REGIONES

El estado de las estadísticas sobre turismo en España a mediados de los años 90 se caracterizaba por un profundo vacío informativo en la mayoría de las regiones, una importante escasez de instrumentos para el análisis del turismo como actividad económica y un cierto desamparo metodológico que dificultaba la comparación internacional e interregional de resultados. Los datos

de tráfico en los aeropuertos, las estadísticas de movimiento de viajeros en hoteles y los directorios de establecimientos, elaborados a partir de los registros de las administraciones turísticas regionales, eran las fuentes que permitían un cierto seguimiento de la actividad mediante la elaboración de índices de ocupación, estacionalidad, etc. El panorama informativo regional se completaba con las encuestas de gasto de los turistas que elaboraban algunas CCAA y con la información puntual que el Instituto de Estudios Turísticos (IET) proporcionaba sobre algunos aspectos de interés para las principales zonas turísticas del país (precios de paquetes, coyuntura de los mercados, vacaciones de los españoles, etc.). La situación, no obstante, adolecía de importantes carencias de entre las que podrían destacarse el desconocimiento del turismo no hotelero, el turismo interior y, en general, la dimensión económica del sector.

A nivel español la situación era bastante más satisfactoria debido a la información de balanza de pagos y a los trabajos del IET sobre relaciones

Desde el punto de vista internacional, los avances en términos de normalización de definiciones y clasificación de operaciones han sido notables desde la Asamblea General de la OMT de Nueva Delhi de 1983, gracias a los sucesivos impulsos que proporcionaron los acuerdos de las conferencias de Otawa de 1991, sobre conceptos y definiciones, y de Niza de 1999 con la presentación de un marco contable armonizado para la elaboración de cuentas satélite de turismo. De manera simultánea, aunque con frecuentes desencuentros con la OMT, la OCDE ha venido trabajando desde mediados de los ochenta en el establecimiento de un modelo contable que permitiera integrar el análisis económico del turismo en el contexto de los sistemas de cuentas nacionales. En conjunto puede decirse que en la década pasada se han producido importantes avances en materia de armonización de las estadísticas de turismo, así como también se han clarificado las direcciones en las que avanzar desde el punto de vista del análisis económico del turismo, aunque todavía quedan pendientes otros aspectos entre los que destacan la

...ríorida International University. — Vol. 16, n. 2 ; p. 13-21.

Gedisa.

NOTAS

(1) Para mayor información ver la tesis doctoral

atención al interés de las regiones.

Este marco conceptual ha sido lógicamente de gran utilidad para el planteamiento inicial del proyecto SAETA en 1995 y, sobre todo, para su posterior desarrollo. El hecho de que en el momento del diseño inicial no existiese una metodología de cuentas económicas del turismo de aplicación general (aunque sí eran conocidas las experiencias de algunos países al respecto), obligaba a tener especialmente en cuenta la definición de un marco conceptual plenamente integrado en el con-

(10) Time, Robert Kroon, "Penet
scale is prompeting world debate". S
1998. p.49

(11) El Derecho a la entre turis
economía española, mediante la re
ción de las investigaciones sobre el
input-output del turismo. Más reci
mente, la puesta en marcha de proy
como los de FAMILITUR y FRON
han contribuido a construir un pano
mucho más optimista en lo que se ref
posibilidades de caracterización del tu
cuantificación económica de sus acti
des y mejor conocimiento de los fluj
rísticos interiores que en algunas co
dades, como Andalucía, representan
de la mitad de las visitas.

camente consistente con las recomendaciones de cuentas satélite de turismo.

III.1. La medición del impacto económico del turismo

El punto de partida es la explicación del proceso de ajuste entre la oferta y la demanda de bienes y servicios en el mercado turístico andaluz. La demanda turística interior coincide con el gasto que realizan los turistas y es un concepto cuya interpretación económica es asimilable al de ingresos por turismo, salvo en el hecho de que comprende el gasto que realizan los propios andaluces cuando viajan dentro de Andalucía fuera de sus respectivas zonas turísticas o entorno habitual. La oferta se nutre de importaciones del resto de España y del extranjero y de producción interior (ver tabla 1). Este último componente se denomina producción turística de Andalucía y se obtiene de la aplicación de un vector de demanda turística interior a la matriz input-output del modelo de Leontief:

$$Yt = [I\text{-}A]^{-1}Dt;$$

donde $[I\text{-}A]^{-1}$ es la matriz inversa de coeficientes técnicos regionales de la tabla input-output de Andalucía; Dt es un vector de demanda turística; e Yt es la producción turística de Andalucía.

Tomando como referencia el equilibrio entre oferta y demanda turística, se plantean dos líneas de avance. Por un lado, el desglose de las magnitudes representadas en la tabla 1, tanto desde el punto de vista de la oferta

Tabla 1.
Oferta y demanda de bienes y servicios turísticos en Andalucía. 1999

Demanda	**Oferta**		
Gasto de turistas en bienes y servicios:	1,99 bill. ptas.	Importaciones:	0,1 bill. ptas.
		Producción de bienes y servicios para los turistas:	1,89 bill. ptas.
Conceptos de gasto (miles mill.)		**Valor Añadido de las ramas productoras en miles de mill.**	
Transporte público	7,9	Hoteles y similares	399,2
Alquiler vehículos	9,95	Restaurantes	963,6
Visitas y circuitos	19,9	Oferta Complementaria	203,2
Ocio	55,7	— Reparac. y transporte	85,1
Transporte priv.	59,7	— Serv. personales	51,9
Compras	167,2	— Ocio y cultura	43
Otros	240,8	— Otros	23
Alojamiento	463,7	Oferta auxiliar	175
Restaurantes	965,2	— Comercio	101,4
		— Energía y combustibles	30,1
		— Alimentos	25,9
		— Otros	17,6
		Total Valor Añadido	**1,74 bill.**

Fuente: SAETA

como de la demanda, con el fin de identificar sus principales componentes y su posterior traslación a una tabla de distribución de rentas. Por otro, se describe la contribución del turismo a la formación de las principales magnitudes de la economía andaluza. Los resultados de estas operaciones figuran en el documento Balance del Año Turístico en Andalucía que se publica desde 1996[3].

Desde el punto de vista de la demanda, los datos se presentan desglosados para el turismo extranjero, del resto de España y de la propia Andalucía, así como para los conceptos de gasto que proporciona la Encuesta de Coyuntura Turística (cuyas características se describen más adelante). Se dispone, por lo tanto, de una estimación del *gasto interior en turismo*, aunque no se alcanza la cifra de *gasto regional en turismo* por cuanto se desconoce el que realizan los andaluces cuando hacen turismo en el exterior de Andalucía.

Desde el punto de vista de la oferta, la producción turística se puede presentar desglosada en sus componentes de rentas y, por diferencia, consumos intermedios; así como también se pueden realizar estimaciones periódicas de requerimientos de empleo para esa producción. La formulación del modelo para la medición del impacto del turismo en términos de rentas del trabajo y empleo es:

$$Wt = [I\text{-}A]^{-1} * Dt * W':$$

$$Lt = [I\text{-}A]^{-1} * Dt * l/p;$$

donde Wt es un vector de costes laborales soportados por las ramas que producen bienes y servicios para los turistas; W′ es un vector fila de coeficientes de costes laborales por unidad de producto; Lt es un vector de requerimientos de empleo de las ramas que producen bienes y servicios para los turistas; y l/p es un vector fila de requerimientos de empleo por unidad de producto.

La contribución del turismo a la formación de las principales magnitudes de la economía andaluza se realiza, en primer lugar, comparando los datos de producción, valor añadido y empleo correspondientes a los dos ámbitos (turismo y economía en su conjunto). Se obtiene de esta manera que el turismo aportó a la economía andaluza aproximadamente el 15 por 100 del PIB de 1999 y el 9,2 por 100 de los dos millones de empleos con que se cerró este año. El modelo de análisis desarrollado intenta, por otro lado, identificar el volumen de actividad que se genera en torno al turismo incluyendo tanto los denominado efectos directos (valor de los bienes y servicios que se producen en Andalucía para atender la demanda de los turistas) como los indirectos (bienes y servicios que se producen en Andalucía y que son demandados por las empresas que atienden la demanda de los turistas). Este cálculo permite obtener el multiplicador del gasto turístico en Andalucía que se ha estimado en 1,416, lo que significa que la economía andaluza debe realizar una producción de 416 pesetas adicionales (de productos agrarios, energía eléctrica, transporte de mercancías, etc.) por cada 1.000 pesetas que facturan quienes producen lo que demandan directamente los turistas.

Los efectos directos, indirectos y totales (suma de los otros dos) del turismo en 1999 se han obtenido utilizando el marco input-

output de Andalucía correspondiente a 1995 (IEA, 1999) y los resultados de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía que se elabora con periodicidad trimestral. Ambas fuentes proporcionan un amplio abanico de posibilidades de análisis de las que anualmente se publican en el Balance del Año Turístico de Andalucía (Consejería de Turismo y Deporte, 2000) los impactos, tanto directos como indirectos, calculados sobre el conjunto de la actividad económica y los empleos. La tabla 2 reproduce parcialmente estas estimaciones para 1999, donde las cifras que se reflejan indican que aproximadamente el 19,2 por ciento del PIB andaluz tiene relación directa o indirecta con el turismo, así como también el 11,7 por ciento de los empleos.

III.2. El proyecto de Cuenta Satélite Regional del Turismo (CSRT)

Como se ha destacado de la interpretación del SNA, unas cuentas satélite están formadas por un conjunto de tablas con diferente nivel de detalle, donde las más generales persiguen fundamentalmente la integración de sus contenidos en un marco convencional de cuentas nacionales, mientras que las más específicas amplían estos mismos contenidos en la dirección de proporcionar información adicional que permita un mejor conocimiento de la actividad. En el caso del turismo esta progresión parece razonable que se plantee desde la definición del gasto turístico, por ser la magnitud que mejor se ajusta a la medición, hasta el establecimiento de tablas que recojan los flujos turísticos en términos de unidades físicas. Desde esta misma óptica, también sería razonable que el objetivo fundamental de un sistema de cuentas satélite del turismo para una región se plantee profundizar en los elementos que caracterizan al tipo de turismo que recibe abordando, al menos, cuatro cuestiones concretas.

- Detalle territorial de la información. Es frecuente que dentro de una misma región convivan diferentes modelos turísticos que atienden a mercados distintos, con su particular régimen de estacionalidad, etc., cuyas singularidades difícilmente pueden observarse a través de las estadísticas generales de la región (de la misma manera que el interés para las regiones de las estadísticas nacionales depende del detalle territorial con que éstas se presenten). La

Tabla 2.
Efectos directo, indirecto y total del turismo en la economía andaluza. Actividad y empleo. Mill. de ptas. y n.º empleos. 1999

	Efecto directo	Efecto indirecto	Efecto total
Sobre la actividad	1.741.177	723.745	2.464.922
Sobre el empleo	190.626	46.447	237.073

Fuente: SAETA

territorialización de la información tiene como principal inconveniente el alto coste de su elaboración, además de las dificultades técnicas derivadas de la necesidad de adaptar el método de trabajo (elevadores, diseño muestral, tratamiento de directorios, etc.).

- Información relativa a los segmentos turísticos de mayor importancia en la región. Un primer criterio de segmentación es la diferenciación entre los tres grandes turismos genéricos (litoral, urbano y rural), si bien un sistema de información eficiente debe aspirar a mostrar con claridad el funcionamiento de algunos de los turismos temáticos más significativos de la región (en el caso de Andalucía, nieve, golf, náutico, congresos, etc.).

- Definición del turismo interior. Engloba tanto al turismo receptor como al interno, por lo que de su definición depende decisivamente la cifra de negocios del sector. Desde la perspectiva de una región, el turismo receptor incluye a la totalidad de los visitantes procedentes del exterior (tanto extranjeros como españoles de otras comunidades), mientras que el segundo lo realizan los residentes que hacen turismo dentro del territorio económico de la región. El problema surge con la definición del turismo interno por cuanto obliga a establecer con precisión el concepto de entorno habitual y a considerar como turista a todo aquél que realiza desplazamientos turísticos fuera del mismo, aunque sea dentro del territorio económico de la región[4].

- Enfoque multidisciplinar en la determinación del detalle que deben proporcionar una cuenta satélite de turismo para una región. Este problema constituye un paradigma de la ciencia regional que reconoce que, independientemente del enfoque disciplinar desde el que se aborde el estudio de un fenómeno concreto (el económico, en el caso de la cuenta satélite de turismo), cuanto mayor es la concreción territorial del mismo, también es mayor la influencia de factores de distinta naturaleza (culturales, sociales, educativos, geográficos, demográficos, etc.). Por esta razón, la explicación del fenómeno turístico en un territorio será tanto más completa cuanto mayor sea la amplitud de enfoque metodológico que se adopte.

La elaboración de una Cuenta Satélite de Turismo Regional (CSTR) obliga a combinar convenciones metodológicas propias de la cuenta satélite de turismo y de cuentas económicas regionales. El SNA 93 proporciona referencias para abordar la primera cuestión, pero elude todo planteamiento relativo al tema de cuentas regionales. El SEC 95 hace justamente lo contrario. Introduce un apartado específico de recomendaciones metodológicas para la elaboración de cuentas regionales, pero no establece ningún tipo de planteamiento relativo al tema de cuentas satélite. Lógicamente, cualquier intento de abordar la realización de CSTR debe buscar la combinación de ambas metodologías, que es la línea seguida al abordar la cuestión en la Conferencia Mundial sobre Estadísticas de Turismo de la OMT celebrada en Niza en junio de 1999 y también la

que se impulsa dentro del Grupo de Trabajo sobre Cuentas Satélite Regionales de Turismo en el que participan el INE, el IET y las Comunidades Autónomas.

También los principales problemas que se plantean son el resultado de la dificultad de conciliar ambas perspectivas. Por un lado, la de cuentas regionales y, más concretamente, la delimitación de la economía regional de acuerdo con lo que establece el SEC 95 en el tratamiento de una serie de operaciones. Por otro, la de cuentas satélite por el lógico interés de reflejar adecuadamente determinados aspectos singulares de la actividad turística que, en alguna ocasión, entran en contradicción con las recomendaciones del SNA 93 y SEC 95. Como casos representativos de la existencia de posibles conflictos de intereses entre ambas perspectivas se pueden señalar los siguientes:

1. El SEC 95 rechaza la imputación a la economía regional de cualquier tipo de operaciones que no sea realizada por unidades institucionales residentes en el territorio económico. Esto significa que, desde la perspectiva del SEC, quedarían fuera del circuito económico regional una serie de ellas de particular relevancia turística, algunas de las cuales forman parte de las que en metodología de cuentas satélite se consideran actividades características del turismo a los efectos del análisis de la actividad desde la perspectiva de la oferta. Supuestamente, esta recomendación del SEC significa renunciar a la regionalización de determinadas operaciones como las que se realizan en el espacio aéreo nacional, en aguas territoriales o en plataformas continentales sobre las que se disfruta de derechos exclusivos (siempre que no se incluyan en la definición del territorio económico regional). También se renuncia a la imputación regional de las actividades que se realizan en enclaves territoriales en el resto del mundo por parte de las administraciones públicas españolas (por ejemplo, oficinas de turismo españolas), si bien parece lógico interpretar que las actividades realizadas en enclaves territoriales utilizados por administraciones públicas de la región (por ejemplo, oficinas de turismo de las administraciones de la región en el resto de España) deben ser imputados a la economía regional.

2. La consideración del entorno habitual para la identificación del carácter turístico de un desplazamiento de personas resulta determinante de la cifra de negocios del sector, del montante del consumo turístico interior y del consumo turístico regional.

3. El tratamiento de las operaciones que realizan las unidades con centros de interés en varias regiones (empresas multirregionales) o las empresas de transporte cuyos equipos móviles prestan servicios en varias regiones. En el caso de las empresas multirregionales, se plantea como genérico el problema de las sedes centrales cuya actividad, según el criterio del SEC, se imputa íntegramente en la región donde reside y se registra como una actividad auxiliar en la rama de producción de la ac-

tividad principal de la empresa. En este caso, se acepta una alteración artificial de los excedentes empresariales (y del valor añadido) en el sentido de que se reducen en la región donde se ubica la sede central, mientras que se incrementan en el resto de las regiones donde se ubican los centros de interés. En el caso de las empresas de transporte se imputa a la economía regional la totalidad de la actividad correspondiente a los itinerarios que discurran íntegramente dentro del territorio económico de la región, mientras que en el caso de los itinerarios por varias regiones se propone la asignación de la producción de los equipos móviles a la región donde tienen establecida su base de operaciones.

4. El tratamiento de determinadas operaciones estrechamente relacionadas con la actividad turística según la metodología de la OMT plantea algunas contradicciones con conceptos y definiciones establecidos en el SNA 93 y SEC 95. Es el caso, por ejemplo, del tratamiento de los gastos de viaje de empleados que son pagados por las unidades productoras y que en metodología de cuentas nacionales no se imputan como gasto de los hogares, aunque en la de cuentas satélite de turismo se establece su pertenencia al consumo turístico bajo la rúbrica de *gastos de negocio*. Igualmente, el turismo, como cualquier otra actividad, ha desarrollado esquemas de funcionamiento singulares acerca de cuya repercusión contable sería conveniente el pronunciamiento de expertos. Un ejemplo de ello puede ser las adquisiciones de servicios a empresas de trabajo temporal por parte de establecimientos turísticos. Según la metodología de cuentas nacionales, este flujo debe registrarse como una venta intermedia de las primeras, aunque sin duda esta solución puede desvirtuar gravemente el cómputo del empleo realmente vinculado a la actividad.

IV. SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA EL SEGUIMIENTO DE LA COYUNTURA ECONÓMICA DEL SECTOR

La valoración realizada desde Andalucía acerca de las necesidades de información para el análisis de la coyuntura del turismo identificaba cuatro áreas principales de trabajo: información básica sobre la actividad, indicadores de oferta, mercados y competitividad y previsión a corto plazo de la demanda.

IV.1. Necesidades básicas de información para el análisis económico del turismo

Se identificaron tres parcelas prioritarias de trabajo: conocimiento y seguimiento sistemático del número total de turistas que visita Andalucía, gasto que realizan y producción de la economía regional para satisfacer ese gasto (producción turística). Se trata, por lo tanto, de una aproximación básica a la identificación del fenómeno turístico en Andalucía que incluye la cuantificación económica, tanto de la demanda como de la oferta, en los términos en que han sido anteriormente expuestos. El instrumento en el que descansa la satisfacción de estos tres elementos es la Encuesta de Coyuntura Turística de An-

dalucía (ECTA) que, por otra parte, es uno de los ejes centrales sobre el que se levanta el conjunto del proyecto SAETA.

La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) responde a las siguientes características:

- Turistas residentes y no residentes en Andalucía.
- 7.800 consultas anuales a 17.359 personas. De cara al ejercicio 2000 se ha realizado una ampliación de la muestra a 9.000 consultas con el fin de atender las necesidades del proyecto de cuentas satélite que tomarán este año como referencia.
- Estratificación en dos etapas con afijación proporcional dentro del estrato.
- Entrevistas personales e itinerantes en un total de 47 puntos distribuidos entre 25 zonas turísticas.
- La información sobre gasto se refiere a los realizados en el día anterior a la consulta.

La ECTA es la única operación estadística propia desarrollada hasta el momento dentro de SAETA y se elabora desde 1996 por el Instituto de Estadística de Andalucía a partir de una encuesta de carácter continuo del tipo de entrevista personal y cuyos resultados se publican trimestralmente en el Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía. Proporciona información necesaria para la caracterización de los turistas que visitan Andalucía y permite la estimación del número total de ellos, tipificar su comportamiento y evaluar el gasto que realizan[5]. De este dato se obtiene el vector de gasto turístico que posteriormente se utiliza en la estimación de la producción turística de Andalucía mediante la aplicación del modelo de impacto. También es la base del conjunto del sistema de indicadores construido, tanto de aquellos cuya finalidad es el seguimiento de la actividad en el corto plazo, como de aquellos otros más relacionados con cuestiones de gestión y satisfacción. Se trata, por tanto, del instrumento en el que se basa el conjunto del sistema para el análisis de la demanda turística y, hasta la eventual elaboración de cuentas satélite, el punto de referencia para estimaciones de las cuentas generales del sector.

IV.2. Indicadores de oferta

El análisis de la oferta persigue dos objetivos fundamentalmente. Por un lado, la explicación del equilibrio con la tendencia a largo plazo de la demanda. El gráfico 1 relaciona la variación de la oferta y demanda de servicios turísticos en Andalucía en el periodo 1991-1999 observándose que los valores situados en el entorno de la diagonal principal y en las posiciones centrales de la gráfica corresponden a años con ausencia de tensiones en el mercado, mientras que los valores más alejados reflejan la inestabilidad característica del 1991-94 reflejando las convulsiones que caracterizaron a la actividad durante esos años. Por otro lado, el análisis de la oferta también aconseja la disponibilidad de un indicador que permita el seguimiento en el corto plazo de los niveles de actividad. Esta función, inicialmente asignada en el proyecto SAETA al Índice de Actividad Turística de Andalucía (INACTUR), no ha podido ser desarrollada hasta el momento, aunque se contempla como una de las prioritarias para el periodo 2000-2004.

El Indice de Actividad Turística de Andalucía (INACTUR) es un indicador de actividad referido a las unidades que producen bienes y servicios específicos del sector turístico en Andalucía. Adoptará la forma de *índice de producción de cantidades* y su formulación corresponde a un *índice de Laspeyres:*

$$I_{t/0} = \sum_{i}^{n} W_0^i I_{t/0}^i (G_i)$$

En el que $I_{t/0}$ es un índice complejo que admite diferentes niveles de agregación resultante de la suma ponderada de un conjunto de índices simples ($I_{t/0}^i$) representativos de la evolución en la producción de cantidades de un bien o servicio característico de un establecimiento concreto. Las actividades a las que se refiere el INACTUR son las que en Andalucía producen bienes y servicios específicos del turismo y que provisionalmente se relacionan en la tabla 3.

La operación se plantea como una encuesta continua a una muestra de establecimientos que producen un bien o servicio específico del turismo. La información que proporcionan (que incluye igualmente consulta sobre volumen de empleo y nivel de precios) permite la construcción de un índice simple de cantidades producidas de ese bien o servicio en un mismo establecimiento que posteriormente se agregan con otros índices simples para obtener índices ponderados de actividades y, en última instancia, del conjunto de la oferta de servicios turísticos. Para realizar esta operación se necesita:

Gráfico 1.
Evolución del equilibrio entre oferta y demanda turística en Andalucía. 1991-1999

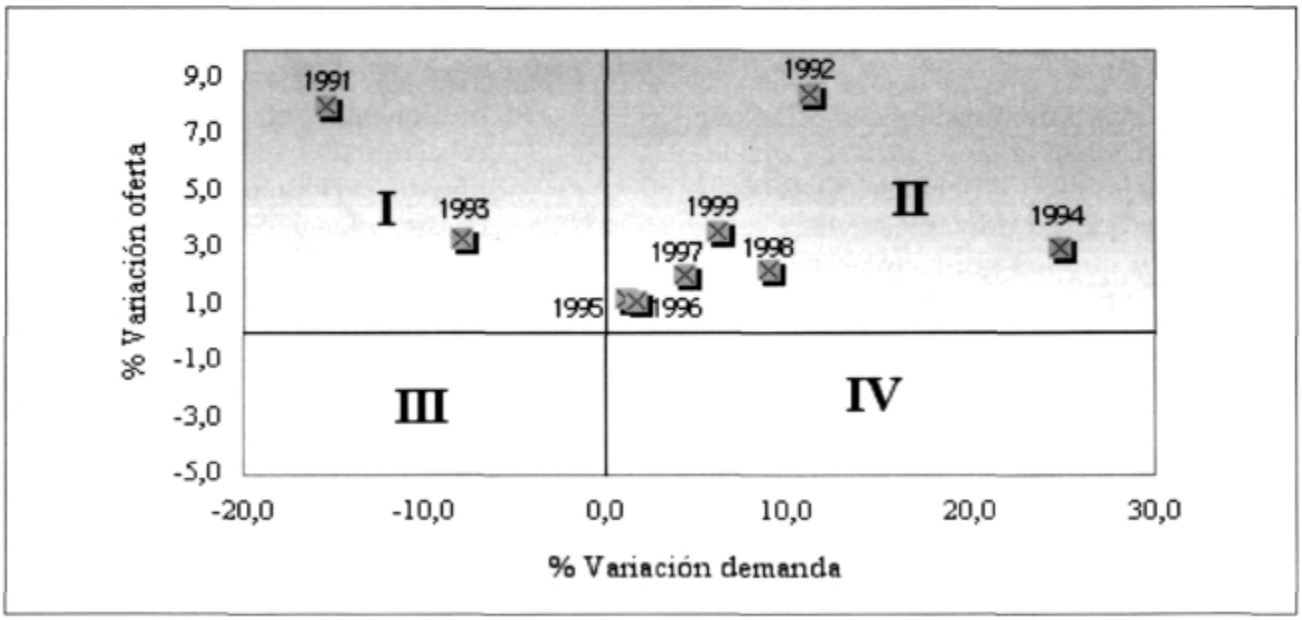


Tabla 3.
Bienes característicos y conexos a los efectos del Índice de Actividad Turística de Andalucía

1. Alojamiento.
2. Compras de:
   - *a) Artículos de vestir, peletería y accesorios.*
   - *b) Artículos de calzado y artículos de piel.*
   - *c) Juguetes y artículos de deporte.*
   - *d) Equipos de fotografía, ópticos y de precisión.*
   - *e) Revelado de fotos.*
   - *f) Postales y folletos.*
   - *g) Artesanía (cristalería y loza).*
   - *h) Alimentación y bebidas.*
   - *i) Combustible.*
3. Restaurantes.
4. Transporte desde su lugar de origen al destino[6].
5. *Servicios anexos a los transportes (aparcamiento en terminales de transporte, servicios de atraque y pilotaje).*
6. *Servicios de transporte terrestre urbano y suburbano incluido el transporte de pasajeros por carretera de tracción animal.*
7. *Servicios de mantenimiento y reparación de vehículos automóviles y motocicletas.*
8. Alquiler de bienes de equipo de transporte[7].
9. Información y guías turísticos.
10. Representaciones artísticas.
11. Museos y otros servicios culturales.
12. Deportes y servicios recreativos.
13. Otros servicios para la diversión y el recreo[8].
14. Servicios financieros y de seguros.
15. Servicios de alquiler de bienes[9].
16. Otros servicios turísticos[10].

Los epígrafes en cursiva corresponden a bienes conexos.

a) Relación de bienes y servicios que conforman la oferta turística andaluza a los efectos del INACTUR (tabla 3) y que, en principio, se hace coincidir con los productos específicos del turismo en Andalucía.

b) Directorio de establecimientos que producen bienes y servicios específicos turísticos en Andalucía con información detallada sobre el empleo.

c) Identificación de productos característicos de los distintos tipos de establecimientos sobre cuya producción en cantidades se efectúa un seguimiento periódico a los efectos de construcción de los correspondientes índices simples.

d) Encuesta de implantación orientada a la caracterización del sector que posteriormente permita establecer los elevadores de los resultados muestrales a partir de la información obtenida sobre producción en cantidad de un bien o servicio característico del establecimiento.

e) Base de ponderaciones para la transformación de los índices simples en complejos y, sobre todo, para definir el significado económico del índice. En principio, el INACTUR pretende comportarse como un indicador de la evolución del valor añadido turístico en el corto plazo, lo que exigiría que las ponderaciones reflejaran los pesos relativos de cada uno de los establecimientos, categorías de bienes y servicios, grupos, divisiones, etc. de la CNAE-93 en términos de valor añadido. Este detalle es evidentemente imposible de conseguir, aunque se consideraría muy aceptable un sistema mixto que combinase ponderaciones en términos de empleo sobre establecimientos hasta el nivel de División de la CNAE-93 (lo que exigiría un planteamiento especialmente riguroso en la elaboración de directorios) con ponderaciones en términos de valor añadido desde este nivel hasta el conjunto de la actividad turística (lo que exigiría plantear la encuesta de implantación como una encuesta típica de estructura o la adaptación a este fin de los trabajos que sobre el turismo realizan los órganos estadísticos regionales en sus estimaciones quinquenales de cuentas económicas regionales).

IV.3. Mercados y competitividad

Tampoco este apartado se ha podido desarrollar en su totalidad a lo largo de la primera etapa del proyecto SAETA planteándose su reforma y desarrollo completo en el periodo 2000-2004. El objetivo es identificar la posición del turismo andaluz en los principales mercados de origen a través de la evolución de su cuota de participación y de las causas que la determinan. Los problemas para la identificación de cuotas internacionales de mercado derivan del retraso con que se cierran las estadísticas internacionales de la OMT, que impide su utilización en el análisis de la coyuntura, y las dificultades encontradas para la elaboración de índices de precios turísticos.

SAETA estima la cuota de Andalucía en el mercado hotelero nacional a partir de los datos del INE sobre pernoctaciones en establecimientos hoteleros y publica los resultados en el boletín trimestral de Indicadores Turísticos. Igualmente se difunden en el mismo medio los datos de tipo de cambio real de la peseta frente a las monedas de nuestros principales mercados de origen (en el que las ponderaciones reflejan el peso relativo de ese país como mercado turístico para Andalucía) y frente a los principales competidores a nivel internacional[11]. Este indicador es una aproximación al aumento o disminución del poder adquisitivo de los turistas en Andalucía y del encarecimiento (abaratamiento) de Andalucía con respecto a otros destinos competidores del área mediterránea (ver tabla 4).

El análisis de la competitividad exige completar el panorama informativo con índices de precios turísticos que, satisfecha la necesidad a nivel español por parte del INE, convendría impulsar a nivel internacional y de manera armonizada, y otros mecanismos para el sondeo sistemático de los principales mercados. Se trata obviamente de proyectos en los que pueden participar activa-

Tabla 4.
Índices de tipo de cambio real de Andalucía respecto a países emisores y competidores del área mediterránea 1991-1999* (números índices, 1997 = 100)

	Competidores	Emisores
1991	114,20	—
1992	114,26	123,02
1993	107,73	111,16
1994	105,80	106,53
1995	108,05	108,09
1996	106,67	110,22
1997	100,00	100,00
1998	98,31	97,83
1999	97,66	96,79

* Una disminución en el valor del indicador supone una mejora en el poder adquisitivo del turista en Andalucía.
FUENTE: SAETA.

mente las comunidades autónomas, pero que necesariamente deben ser promovidos y coordinados desde instituciones estatales. En relación con los instrumentos para el sondeo de los mercados hay que destacar la iniciativa del IET para la realización de una encuesta a los principales mayoristas para el seguimiento sistemático del estado de las reservas de paquetes turísticos hacia España y en cuyo diseño participa SAETA. El proyecto se encuentra en fase de estudio e implantación y aspira a satisfacer tres objetivos concretos.

- La descomposición de precio del paquete turístico en sus principales elementos con el fin de identificar la distribución por componentes del gasto que realiza en origen el turista y la parte del mismo que se repercute sobre empresarios turísticos en los lugares de destino. El objetivo es, por lo tanto, analizar el proceso de formación del precio de los paquetes, la distribución de los excedentes empresariales y, en definitiva, la estimación de una magnitud imprescindible para la cuantificación del gasto turístico interior y para la medición de su impacto en la economía. Estos datos se recopilan diferenciando para las seis comunidades que tienen mayor presencia en las ofertas de los turoperadores y para un total de 15 conceptos de gasto.

- Estado de las reservas de viajes hacia España con detalle por comunidades autónomas. Incluye opiniones del turoperador acerca de la evolución previsible de las reservas en el corto plazo. Se trata, por lo tanto, de un proyecto que puede resultar de gran interés para el análisis sistemático de la posición de mercado de las regiones que hasta ahora ha sido satisfecho con las prospecciones para la temporada inmediata que realizan las OET a partir del seguimiento del mismo tipo de reservas. Esta información ha resultado de gran utilidad para la gestión y definición de estrategias empresariales, pero plantean algunos problemas de homogeneidad de la información para la elaboración de series temporales, de cierta indisciplina en términos de amplitud del período de predicción y de un detalle territorial insuficiente para las necesidades de las regiones.

- Posición de los principales competidores, tanto dentro de España (se incluye un sondeo a mayoristas españoles) como en el exterior. El tratamiento estadístico de esta información permitirá

avanzar hipótesis acerca de tendencias futuras de destinos concretos (consolidados o emergentes) e incluso inferir la aparición de nuevas preferencias en la demanda. Hay que tener en cuenta, no obstante, que se trata de un indicador parcial del movimiento turístico por cuanto se refiere exclusivamente a quiénes organizan sus viajes a través de agencias que, en Andalucía, representan aproximadamente el 38 por ciento del total.

IV.4. Modelo de generación de previsiones a corto plazo

En su conjunto se plantea desde una doble perspectiva. Por un lado, se aborda la predicción a corto plazo (tres meses) mediante el tratamiento de las series de pernoctaciones, ocupación y plazas hoteleras, disponibles desde 1977. Por otro, se elaboran predicciones anuales mediante la aplicación de técnicas econométricas que, utilizando información de variables económicas, permiten anticipar el comportamiento probable de la demanda en el medio plazo (un año)[12]. Este procedimiento, no obstante, no ha podido formalizarse en un modelo estable de predicción, sino que se adapta cada año en función de las condiciones cambiantes de la coyuntura.

El procedimiento para la predicción a corto plazo se basa en el tratamiento de las series de pernoctaciones, grado de ocupación y plazas hoteleras del INE. Se trata de series de longitud considerable, homogéneas y limitadas al turismo en hoteles, lo que si bien significa que proporciona una visión parcial del fenómeno turístico (en Andalucía representa aproximadamente la mitad del total), sí que se considera que proporciona una visión ajustada del comportamiento del conjunto del turismo.

El modelo de SAETA descompone las series en cuatro componentes (variaciones estacionales, ciclo, tendencia y componente irregular) y predice el comportamiento futuro a partir de los valores observados utilizando los programas TRAMO y SEATS. El procedimiento consiste en modelizar las series utilizadas realizando las etapas de identificación-estimación-predicción, características de los modelos ARIMA, mediante la utilización de las observaciones reales como única variable explicativa y aleatoria de los valores futuros. El modelo utilizado es:

$$y_t = f(y_{t-1}, y_{t-2}, u_t)$$

Donde:

- f es una función caracterizada por un número finito de parámetros desconocidos;
- y_t es el valor de la variable a predecir en el periodo t;
- u_t es una variable aleatoria de media cero.

Los resultados que se obtienen de la aplicación del modelo son satisfactorios para el conjunto de Andalucía (ver gráficos 2 y 3) y para la provincia de Málaga, donde es mayor el volumen de pernoctaciones y, por tanto, menor la probabilidad de error.

En la actualidad se trabaja en mejorar el funcionamiento del modelo con el fin de reforzar la calidad de las predicciones para el conjunto de las provincias y contemplando la

Gráfico 2.
Modelo de generación de previsiones a corto plazo (3 meses).
Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía

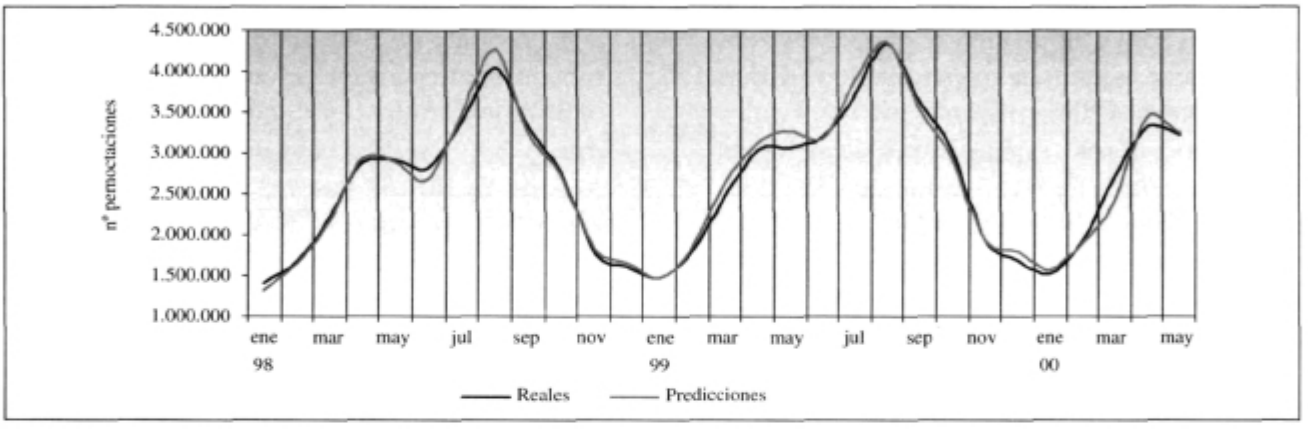
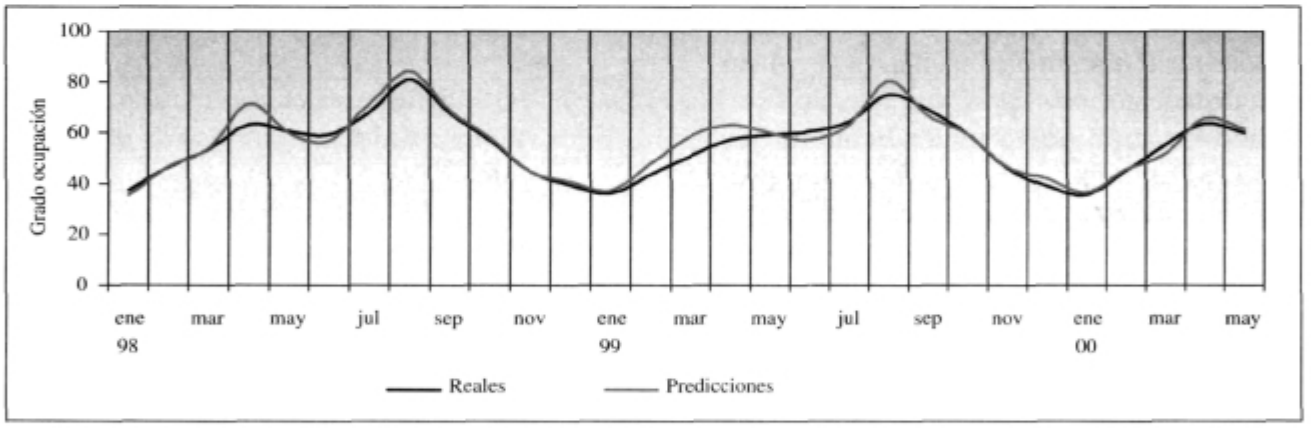


Gráfico 3.
Modelo de generación de previsiones a corto plazo.
Grado de ocupación en establecimientos hoteleros de Andalucía



posibilidad de utilizar otras informaciones. En concreto se trabaja con la serie de datos de Aena sobre llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces y, más exactamente, con la base de datos de GESLOT. Esta información se refiere a los permisos anticipados de entradas y salidas de aeronaves, lo que proporciona un indicador adelantado de la actividad turística particularmente útil para el tratamiento de algunos mercados que, en el caso de Andalucía, puede generalizarse al conjunto del turismo extranjero. Se trata de una información que adecuadamente tratada puede ser de gran utilidad para el análisis y la predicción del turismo, aunque presenta tres tipos fundamentales de problemas. Por un

lado, que no permite desagregar por provincias. Por otro, que se trata de una base de datos de uso interno de Aena para la gestión del tráfico aéreo y, por lo tanto, no adaptada a su utilización como fuente de información estadística. Por último, los datos de GESLOT son inconsistentes con la información que posteriormente proporciona Aena acerca de llegadas y salidas de pasajeros y aeronaves de las principales compañías por tipos de vuelo y país de origen a través de la base de datos CONOPER.

V. INDICADORES DE GESTION Y DE DETALLE

Uno de los mayores atractivos para las regiones de las cuentas satélite de turismo reside en la posibilidad de profundizar en los elementos de detalle a medida que se progresa en el desarrollo del sistema y, más concretamente, en las cuestiones específicas del turismo local. La elaboración de este tipo de información puede ser abordada atendiendo las necesidades de gestión de las administraciones públicas y privadas para la ejecución de sus respectivas estrategias políticas y empresariales. Aunque en última instancia las prioridades dependen de las características del turismo local y de la propia región, en el caso de Andalucía las preferencias de cara al nuevo programa de trabajo se han establecido decididamente en la profundización en el detalle espacial de la información debido a la extensión de su territorio y a la diversidad de modelos turísticos que conviven en el mismo.

Lógicamente, distintos espacios dan lugar a la coexistencia de diferentes formas de explotación de los recursos de las que surgen segmentos turísticos dominantes en cada zona cuyo conocimiento con profundidad resulta imprescindible para una adecuada gestión de la actividad. En efecto, un conjunto de variables cruciales en la eficiencia y resultados económicos de turismo local, como puede ser el caso de la estacionalidad, las peculiaridades de cada tipo de turista —que suele exigir un esfuerzo de adaptación de la oferta de servicios— o las singularidades de los mercados menos convencionales, en los que con frecuencia se demandan acciones comerciales y técnicas de comercialización adaptadas a sus características singulares, plantean la conveniencia de un esfuerzo de detalle en la elaboración de la información estadística sobre el turismo y en el análisis posterior de los datos.

Este esfuerzo se justifica adicionalmente en el caso de Andalucía como una necesidad derivada de la estrategia de integración de diferentes modelos dentro de políticas comunes de comercialización en las que se han intentado aprovechar relaciones de complementariedad y de apoyo existentes entre los mismos. El fomento al turismo de circuitos, a los turismos emergentes y, en general, la lucha contra la estacionalidad mediante la exposición de un cuadro de oferta de servicios cambiante y con posibilidades de realización durante la práctica totalidad del año, se ha revelado como eficaz y necesitado de una batería de instrumentos de apoyo para su puesta en marcha y contraste de resultados.

La demanda de un mayor detalle territorial en la información estadística sobre el turismo no es sólo consecuencia de las circunstancias de tamaño y diversidad que

concurren en el caso andaluz, sino que pueden generalizarse debido fundamentalmente a tres razones:

- En primer lugar, por la necesidad de identificar el turismo interior (es decir, los desplazamientos fuera del entorno habitual) y hacer posible su cuantificación económica a los efectos de conseguir una explicación completa de la dimensión económica de la actividad.

- En segundo lugar, por cuanto se trata de disponer de un soporte informativo que permita identificar debilidades, situaciones de riesgo y potencialidades localizadas de cara a la definición de un modelo sostenible y de calidad, así como para el óptimo aprovechamiento de la capacidad del turismo para corregir las disparidades territoriales internas.

- Por último, desde el punto de vista de la calidad turística y ambiental, la información de detalle permite la elaboración de indicadores de intensidad, densidad, etc., que deben contribuir a la caracterización ambiental de los distintos espacios, a minimizar los posibles impactos negativos de la actividad y a identificar situaciones de tensión relacionadas con la adecuación de las infraestructuras.

Las líneas de trabajo impulsadas por SAETA para el periodo 2000-2004 en este sentido se justifica por las razones expuestas a las que habría que añadir la existencia incuestionable de una demanda real de este tipo de información procedente fundamentalmente de las administraciones locales, tanto públicas como privadas, y frente a las que se plantea una triple respuesta. En primer lugar, la división del territorio andaluz en zonas turísticas, asimilables al concepto de entorno habitual para la identificación del turismo interior, a los efectos del diseño muestral de la ECTA ampliada en enero de 2000. Este nivel de detalle se reconoce, desde luego, insuficiente para satisfacer las necesidades completas del análisis territorial y ambiental. En segundo lugar, el desarrollo de un Sistema de Información Geográfica que proporcione una visión territorial de turismo y del resto de las variables, tanto de carácter físico como socioeconómico, con las que existe mayor intensidad de interrelaciones mediante el tratamiento integrado de bases de datos alfanuméricas y cartográficas que puedan volcarse en mapas de síntesis[13]. Por último, el estudio sistemático de los segmentos turísticos de mayor importancia en Andalucía que en el Plan de Trabajo de SAETA para los próximos años se han identificado como sol y playa, naturaleza, cultura, golf y nieve.

En lo que se refiere a los indicadores de gestión, el soporte básico lo constituye la ECTA que, además de la información sobre gasto que posteriormente permite la aplicación de las técnicas para la medición del impacto económico del turismo, proporciona otros detalles que hacen posible (tabla 5):

a) Caracterizar al turista en términos de procedencia, circunstancias personales, actividad profesional y capacidad adquisitiva, forma de viajar y de organizar el viaje, etc.

b) Analizar el comportamiento durante el viaje y estancia en Andalucía, así

Tabla 5.
Perfil del turista andaluz en 1999.
Resumen de atributos seleccionados.
Datos en porcentaje

Edad	
Menos de 18 años	10,5
18-29	22,5
30-44	31,2
45-65	27,8
Más de 65	8,0
Situación laboral	
Trabajo remunerado	62,5
En paro	1,3
Estudiante	12,6
Retirado/jubilado	15,7
Labores del hogar	7,5
Otras	0,4
Profesión	
Director/gerente empresa	11,9
Técnico superior o grado medio	19,2
Profesional liberal	14,8
Funcionario	13,9
Administrativo	9,9
Empleado	17,4
Obrero	4,7
Otros	8,2
Alojamiento	
Hoteles, pensiones y campings	56
Arrendamientos	13,7
Propiedad	13,6
Amigos, familiares y otros	16,7
Organización viaje	
Agencias de viaje	35,9
Particular	59,5
Otras	4,6
Indicadores de gestión, calidad y satisfacción	
Viajaron Andalucía en 1998	25,3
Calificación del viaje (1 a 10)	7,7
Calif. en relación a precio pagado (bien o muy bien)	71,2
Con respecto a la anterior visita	
Principal mejora: red de comunicaciones	51,9
Principal empeoramiento: precios	25,2
Motivos para elegir Andalucía	
Playas	10,1
Monumentos	12,1
Clima	26,9
Otros	51

como sus preferencias en materia de viajes turísticos. Este tipo de información es susceptible de ser utilizada profusamente en el diseño de estrategias de calidad, de cualificación de la oferta, de comercialización o de fidelización de clientes.

c) Evaluar el grado de satisfacción de los turistas en materia de infraestructuras y equipamientos, servicios adquiridos y, en general, percepción del entorno global de calidad durante la estancia.

BIBLIOGRAFIA

Consejería de Turismo y Deporte (2000). *Balance del año turístico en Andalucía. 1999.* Sevilla.

IEA (1999). *Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía. Marco Input-Output 1995.* Instituto de Estadística de Andalucía. Sevilla.

Quevedo, J. (1999). *La información estadística para el análisis del turismo.* **Estudios Turísticos,** n.º 140, pp. 57-65.

UN-EUROSTAT-OCEDE-OMT (2000). *Cuenta Satélite de Turismo (CST). Referencias metodológicas.* Documento aprobado por la Comisión de Estadística de NN.UU. Marzo de 2000. Nueva York.

NOTAS

(1) Sistema de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía.

(2) *Sistema de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía. Plan de Actuación 2000-2004.* Consejería de Turismo y Deporte. Junta Andalucía 2000.

(3) El último publicado es *Balance del Año Turístico en Andalucía 1999.* Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía. Año 2000.

(4) Las organizaciones nacionales de estadística podrían establecer las fronteras del entorno habitual en función de la distancia recorrida, duración del viaje desde el domicilio, o los límites formales de localidades u otras unidades institucionales. (Cuenta Satélite de Turismo: Referencia Metodológica. Doc. Provisional de 3 de marzo de 2000). Las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo de OMT/NNUU sugieren la combinación de los dos criterios a los efectos de su determinación.

(5) La estimación del número de turistas se ha podido mejorar por la contrastación de los resultados obtenidos de la ECTA con los de las Encuestas de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) y de Movimiento Turístico de los Españoles (Familitur) elaboradas ambas por el IET. Frontur y Familitur permitirán afinar las estimaciones del número de visitantes, especialmente en lo que se refiere al turismo del resto de España. En la actualidad, el proceso de elevación se realiza a partir del dato de turistas que pernoctan en establecimientos hoteleros facilitado por el INE. Este procedimiento tiene inconvenientes entre los que, a modo de ejemplo, puede destacarse la imposibilidad de elevar datos sobre excursionistas.

(6) Se puede desglosar en función del tipo de transporte de acuerdo con la recomendación de CST o bien en su conjunto y realizar su desglose posterior en función del tipo de transporte utilizado.

(7) Incluye el alquiler de automóviles, vehículos ferroviarios, motocicletas, caravanas y autocaravanas, de buque de pasajeros y de aviones de pasajeros, todos ellos sin conductor.

(8) Incluye: parques temáticos, parques de atracciones, casinos, máquinas tragaperras y servicios de ferias y carnavales.

(9) Incluye servicios de alquiler de equipos de transporte terrestre no motorizado, equipos para deportes de invierno, equipos de transporte aéreo no motorizado, equipos de deportes acuáticos y playas, equipos de acampada y cámaras fotográficas.

(10) Servicios de organización de ferias comerciales y exhibiciones, balnearios, licencias de pesca y caza, emisión de pasaportes y visados, etc.

(11) El índice de tipo de cambio real de la peseta frente a países competidores se elabora aplicando la siguiente expresión: Tcret = Pet * Tcnet.

Donde Pet es un índice de precios al consumo de los países emisores con respecto a Andalucía, ponderado con el peso relativo de los turistas de esa nacionalidad que visitan Andalucía en el periodo t; y Tcnet es un índice de tasa de cambio nominal igualmente ponderada con los pesos relativos de los turistas.

Por su parte, el índice con respecto a los países competidores se elabora de idéntica manera, si bien en este caso las ponderaciones se establecen en función de los ingresos relativos por turismo de los distintos países ($w = Iit/\Sigma c\ i = 1\ Iit;\ i = 1, 2, ..., C$. Donde w es el factor de ponderación e Iit los ingresos por turismo del país i en el período t para C países competidores del área mediterránea).

(12) SAETA trabaja actualmente en la elaboración del modelo de predicción a medio plazo que utiliza la serie homogénea de indicadores económicos elaborados por SAETA, cuyo origen es 1980, sobre zonas emisoras y competidoras. Aunque el proyecto se encuentra bastante avanzado, las aplicaciones realizadas son todavía experimentales y no se publican sus resultados, aunque las series homogéneas de indicadores se actualizan y presentan en el Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía de periodicidad trimestral.

(13) Inicialmente, las fuentes a considerar son el Registro de Establecimientos y Actividades Turísticas de Andalucía; la información de la Encuesta de Ocupación Hotelera; la ECTA; el Sistema de Información Municipal de Andalucía (SIMA) y el Atlas Turístico de Andalucía.