

EL CONOCIMIENTO DEL TURISMO EN EL ÁMBITO REGIONAL

Luis Valdés, Eduardo del Valle e Inés Sustacha

Universidad de Oviedo

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar la estructura del conocimiento turístico en España, especialmente en el ámbito regional y más particularmente describir el funcionamiento del Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) como modelo de sistema de información turística para un espacio socioeconómico.

Palabras clave: conocimiento, sistemas de información, regional, Asturias.

Knowledge of tourism at regional level

ABSTRACT

This article aims to analyze the structure of knowledge of tourism in Spain, especially at the regional level and particularly describing the operation of Tourist Information System of Asturias (SITA) as a model of tourist information system for a socio-economic area.

Key words: knowledge, information systems, regional, Asturias.

1. INTRODUCCIÓN

A pesar del contexto actual de crisis económica mundial, el turismo sigue siendo una actividad en crecimiento, dinámica y en continua evolución. Las últimas cifras aportadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT) para 2010 muestran una recuperación en el número de llegadas por turismo con un total de 935 millones, lo que supone un

Fecha de recepción: 14 de abril de 2011

Fecha de aceptación: 25 de mayo de 2011

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos. Universidad de Oviedo. c/ Luis Moya nº 261.
33203 GIJÓN (España). E-mail: lvaldes@uniovi.es

crecimiento del 6,7% respecto a 2009 y que compensa la caída debido a la crisis de estos dos últimos años (OMT, 2011).

Ese crecimiento cuantitativo, pone de manifiesto la necesidad de conocer e investigar la actividad turística desde una perspectiva estadística y científica. El volumen de visitas y de gasto turístico convierte al turismo en una de las principales actividades económicas, pero el conocimiento del turismo no es sólo desde los aspectos cuantitativos. Es necesario también abordar los aspectos cualitativos, considerando los diferentes agentes que intervienen en el turismo y que tienen diferentes necesidades de información.

El turismo como rama de actividad económica, precisa sistemas de información que permitan estructurar herramientas útiles para la toma de decisiones de todos los agentes sociales, públicos y privados, implicados en la gestión del mismo, tanto a nivel nacional como de unidades administrativas más reducidas como las regiones o los entes locales, ya que la actividad del turista se circunscribe en muchos casos al ámbito local. En el caso de España, las competencias en materia de turismo están asumidas por las comunidades autónomas y por tanto las administraciones públicas, por su labor de regulación y planificación de la actividad, del territorio y de promoción turística tienen necesidades de información local, específica y concreta. Por otra parte está el sector privado, quien demanda a su vez un conocimiento concreto y más vinculado a su actividad específica (alojamiento, transporte, distribución, hostelería...) que le permita adoptar las estrategias empresariales más adecuadas.

Así pues, los sistemas de información en turismo deben tener una visión amplia y dinámica, que proporcionen respuesta a todas aquellas demandas de información requeridas por los distintos usuarios, tratando de integrar las diferentes necesidades existentes.

En el caso de las estadísticas de turismo, por las competencias autonómicas, también existe una gran complejidad debido a la descentralización de la producción estadística entre la Administración General del Estado y las competencias que en materia estadística tienen otorgadas las comunidades autónomas.

En este artículo se plantean las necesidades de información para el turismo realizando además un análisis de la estructura del sistema estadístico turístico en España, tanto a nivel nacional, como regional, haciendo especial referencia al Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) como modelo de sistema de conocimiento.

Desde 1997, el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) realiza un análisis integral del sector turístico del Principado de Asturias, desde un punto de vista tanto estructural como coyuntural, a través de una serie de líneas de investigación organizadas en cuatro bloques básicos de información, perfectamente complementarios y sinérgicos: el análisis de la demanda, el estudio de la oferta y la estimación del impacto económico que genera la actividad turística, así como un área de investigación y conocimiento que le permite convertirse en un modelo de referencia para el estudio y análisis del turismo en un espacio socioeconómico.

2. LA NECESIDAD DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

El turismo se ha configurado como una de las referencias obligadas dentro de la actividad económica, fruto del importante desarrollo que ha experimentado en los últimos años, no sólo a nivel nacional sino también a nivel mundial.

El desarrollo del turismo tanto cualitativo, a partir de los cambios en la demanda, como cuantitativo, por el incremento de la actividad, ha generado un gran interés por conocer el fenómeno turístico en toda su magnitud, tanto para el sector empresarial como para las administraciones nacionales, regionales y locales, que en buena medida son las encargadas de ordenar y gestionar la actividad turística y por tanto las más interesadas en cuanto al diseño de políticas de captación y planificación turística. Por ello, la disponibilidad de información fiable sobre el perfil de la demanda de los visitantes, las características de las empresas que intervienen en el mercado turístico así como el impacto que tiene esta actividad en el conjunto de la economía, son aspectos de gran relevancia.

La Organización Mundial de Turismo pone de manifiesto la necesidad de que los países cuenten con un Sistema de Estadísticas de Turismo (SET) que se integre en los Sistemas Generales de Estadísticas y proporcione información estadística fiable, consistente y apropiada sobre la estructura socioeconómica y el desarrollo del turismo, integrado dentro de las estadísticas económicas y sociales relacionadas con otros campos, en diferentes niveles territoriales (estatal, infra-estatal e internacional). En este sentido, la OMT ha trabajado constantemente en el desarrollo de definiciones, conceptos y clasificaciones que permitieran desarrollar un cuerpo estadístico así como metodologías aplicadas para el análisis del turismo, desde las primeras recomendaciones sobre estadísticas de turismo que datan de 1984 hasta las más recientes de 2008 (Naciones Unidas y Organización Mundial de Turismo, 1994; Naciones Unidas y Organización Mundial de Turismo, 2010) hasta las Cuentas Satélite de Turismo (Comisión Europea, OCDE, Naciones Unidas y Organización Mundial de Turismo, 2001; Naciones Unidas, Organización Mundial de Turismo, Comisión Europea y OCDE, 2010).

La OMT recomienda específicamente la necesidad de conocer el fenómeno turístico en todos sus aspectos, físicos, sociales, económicos... además de medir la contribución económica del turismo, en un contexto de comparabilidad internacional y dentro de las estructuras estadísticas nacionales. Por otra parte, tal y como menciona Massieu (2001) los resultados obtenidos a partir de un SET han de facilitar la toma de decisiones por parte de los diferentes agentes sociales, servir a las comparaciones internacionales y permitir la investigación.

Por otra parte, tal y como ya se señalaba, existen una gran variedad de usuarios de las estadísticas de turismo, tanto públicos como privados, entre los que pueden identificarse los siguientes grupos principales (European Commission, 2001):

- Administraciones públicas que demandan información para la toma de decisiones e implementación de políticas, acciones e inversiones.
- Agentes económicos privados, empresas de alojamiento, restaurantes, empresas de transporte, tour operadores, agencias de viajes, asociaciones patronales, etc.
- Sectores cuya actividad está indirectamente relacionada con el turismo. Comprenden instituciones que aunque no pertenecen estrictamente a la industria del turismo producen bienes y servicios que son utilizados por los turistas. Se trata principalmente de bancos (cheques de viaje, tarjetas de crédito), compañías de seguros (seguros de viaje, de equipaje), etc.
- Institutos de investigación y organizaciones internacionales. Esta categoría incluye instituciones tales como centros de investigación, universidades y escuelas especializadas con necesidades de información más complejas.

A los que hay que añadir los medios de comunicación, agentes sociales como sindicatos, asociaciones profesionales, gestores de planes de dinamización...

Sin embargo, en muchos casos, los sistemas estadísticos no son capaces de responder a todos los objetivos y necesidades que plantean los diferentes agentes que integran el turismo. Cada usuario requiere un tipo de información específica y adaptada a su actividad, que generalmente es diferente a la que requieren otras categorías de usuarios, lo que hace necesario profundizar en otro planteamiento más ambicioso o completo como son los Sistemas de Información Turística (SIT).

3. LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

El concepto teórico de un Sistema de Información Turística (SIT) puede variar dependiendo del enfoque principal o del ámbito de análisis al que esté referido. Según Laudon y Laudon (1996), un sistema de información puede definirse como «*un conjunto de componentes interrelacionados que permiten recoger, almacenar, procesar y distribuir la información para apoyar la toma de decisiones y el control en una institución*». En el caso que nos ocupa, la propuesta de Andreu *et al.* (1996) es bastante acertada, pues caracteriza al Sistema de Información como un «*conjunto integrado de procesos, principalmente formales y desarrollados en un entorno amigable, que operando sobre un conjunto de datos estructurados de acuerdo con las necesidades del usuario, recopilan, elaboran y distribuyen selectivamente la información necesaria para el conocimiento y la toma de decisiones de los usuarios finales*». Bigné *et al.*, (2000) definen al Sistema de Información Turística (SIT) como «*un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de un destino*».

En otro caso, el concepto de Sistema de Información Turística (SIT) que aquí se plantea es un concepto más amplio que un Sistema de Estadísticas de Turismo (SET) o la elaboración de operaciones estadísticas o estudios puntuales. El Sistema de Información Turística (SIT), además de desarrollar sus propias metodologías y operaciones para el estudio de la actividad turística, debe tratar también de recoger y sintetizar la información facilitada por otras entidades, en este caso los propios integrantes del Sistema de Estadísticas de Turismo (SET), y permitir así el análisis y la difusión de ese conocimiento para los diferentes usuarios de la información.

Por otra parte, un Sistema de Información Turística (SIT) ha de proporcionar información consistente, perdurable y comparable tanto en el tiempo como entre regiones. Para obtener una información acorde con estos requisitos es necesario fundamentarse en los tratados y acuerdos internacionales antes señalados. Asimismo, un elemento esencial para el diseño de políticas de actuación en materia turística es la posibilidad de comparar el estado de la actividad tanto en el tiempo como en el espacio. Ambos aspectos son esenciales, pues desde el punto de vista temporal, la comparabilidad permite estudiar la evolución, tendencia o componente estacional, así como realizar predicciones a corto plazo mientras que desde el punto de vista espacial, permite medirse con otros destinos turísticos.

En este sentido, desde el punto de vista organizativo, los Sistemas de Información Turística (SIT), en algunos países, han formado parte de los trabajos de las organizaciones de mercadotecnia o gestión de destinos (DMO). La Organización Mundial de Turismo (WTO, 2004) ha estudiado la evolución de estas organizaciones clasificándolas en tres niveles: nacionales (parte de las Administraciones Nacionales de Turismo); regionales/ estatales-provinciales y las DMO de ciudades. Según este estudio, los sistemas de información para la gestión eran utilizados en los tres niveles considerados en la mayoría de las DMO entrevistadas y además con una previsión de funcionamiento para los próximos tres años.

En otros destinos y regiones se ha considerado la necesidad de recopilar, sistemáticamente, un conjunto de datos e informaciones de sus visitantes y estructurarlos en análisis y publicaciones asequibles a los actores del turismo, utilizando para ello los llamados «observatorios turísticos». Estas entidades, con variadas subordinaciones y fuentes de financiación, realizan encuestas y análisis tanto de demanda como de oferta. Uno de los primeros fue el Observatoire du tourisme de la Côte d’Azur que inició su andadura en 1984, servicio dependiente del Comité Régional du tourisme Riviera-Côte d’Azur, cuyo objetivo es llevar a cabo los trabajos necesarios para la cuantificación y el análisis estadístico de la oferta y de la demanda turística del destino a través de un sistema de análisis estadístico del destino (SST Touriscope). Durante los años 90 hasta la actualidad se ha incrementado el número de observatorios. Cabe mencionar a nivel de países, por ejemplo, Marruecos (Observatoire du tourisme Maroc), creado en 2005 o Italia (Osservatorio Nazionale del Turismo), creado en 2006 (Nacca, 2010), Portugal (Costa *et al.*, 2002), o el

Figura 1
DESTINO DE LA INFORMACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

Sistema de Información Turística para la Ciudad de la Habana (SITCHA), creado en 2005, fruto de un convenio de colaboración entre la Universidad de La Habana, la Universidad de Oviedo y el Ayuntamiento de Gijón y que se fundamenta en la experiencia del Sistema de Información Turística de Asturias (SITA).

Teniendo en cuenta estas premisas, se puede decir que la información elaborada por los Sistemas de Información Turística (SIT) resulta útil para los diferentes usuarios de la información turística (Figura 1).

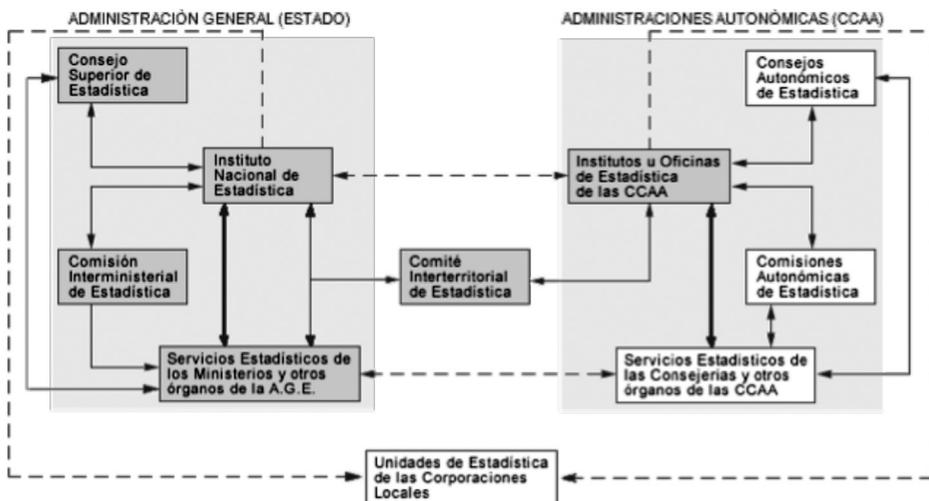
4. LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA EN ESPAÑA

La organización para la producción de estadísticas oficiales en España tiene una gran complejidad, debido, entre otras cosas, al surgimiento de sistemas estadísticos en las comunidades autónomas, que coexisten con las estadísticas elaboradas por la Administración General del Estado.

La potenciación del estado de las autonomías y la transferencia a las mismas de las competencias en materia de turismo han generado una creciente demanda de investigaciones a nivel regional e incluso local que consideran al turismo en su totalidad (Ivars-Baidal, 2004). España se divide territorialmente en 17 comunidades autónomas y dos ciudades autónomas, entidades territoriales que están dotadas de autonomía legislativa y competencias ejecutivas, así como de la facultad de administrarse mediante sus propios representantes.

En las comunidades autónomas, la base legal de rango más elevado para la actividad estadística oficial se encuentra en los Estatutos de Autonomía, en los que se establece la competencia exclusiva sobre la estadística para los fines de la comunidad autónoma.

Figura 2
ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN ESTADÍSTICA EN ESPAÑA



Fuente: INE.

4.1. La información estadística en el ámbito nacional

Las estadísticas turísticas a nivel de la Administración General del Estado son elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y por el Instituto de Estudios Turísticos (IET).

El Instituto Nacional de Estadística (INE) es un organismo autónomo de carácter administrativo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, adscrito al Ministerio de Economía y Hacienda a través de la Secretaría de Estado de Economía. La Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública, que regula la actividad estadística para fines estatales, le asigna un papel destacado encomendándole expresamente la realización de operaciones estadísticas de gran envergadura (censos demográficos y económicos, cuentas nacionales, estadísticas demográficas y sociales, indicadores económicos y sociales, coordinación y mantenimiento de los directorios de empresas, formación del censo electoral...). El turismo se encuentra englobado dentro del epígrafe servicios bajo la denominación de hostelería y turismo, realizándose actualmente las operaciones estadísticas que se detallan en la Figura 3.

Las encuestas de ocupación en hoteles, acampamentos turísticos, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural ofrecen resultados acerca de la cuantificación de la oferta (número de establecimientos abiertos estimados y número de plazas estimadas), de la demanda (número de viajeros y número de pernoctaciones, que se clasifican por país de residencia, y por comunidad autónoma en el caso de los residentes en España), la estancia media, el grado de ocupación y el personal ocupado. La información se presenta en diferentes niveles de desagregación geográfica: nacional, comunidad autónoma, provincial, zonas (conjunto de municipios en los que se localiza de forma específica la afluencia turística) y puntos turísticos (municipio donde la concentración de la oferta turística es significativa).

Los índices de precios proporcionan los precios de los distintos tipos de establecimientos por día, sin incluir el desayuno ni el Impuesto sobre el Valor Añadido, mientras que los Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero suministran dos indicadores, el ADR (Average Daily Rate o Tarifa Media Diaria) y el RevPAR (Revenue per Available Room o Ingresos por Habitación Disponible), desagregado por comunidades autónomas y por categorías.

Pese a la aparente abundancia de resultados, estas operaciones estadísticas presentan una serie de carencias. La principal es que se desconoce el perfil del turista, ya que existe poca información acerca de variables fundamentales asociadas al viaje como el gasto, el motivo de la visita, la organización del viaje, los medios de transporte utilizados, lugares visitados, actividades realizadas, servicios contratados, edad, etc. Otra limitación es la relacionada con el nivel de desglose, pues no se cuenta con información pública desagregada por provincias en el caso de los índices de precios y los indicadores de rentabilidad, ni de todos los municipios, ni mucho menos de localidades concretas en el resto de operaciones.

Por su parte, el Instituto de Estudios Turísticos (IET) fundado en 1962 como organismo autónomo dependiente del Ministerio de Información y turismo, es de acuerdo al Real Decreto 561/2009 de 22 de abril de 2009 *«el órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como de la elaboración, recopilación y valo-*

Figura 3
OPERACIONES ESTADÍSTICAS DE HOSTELERÍA Y TURISMO
ELABORADAS POR EL INE

Operación Estadística	Objetivo
Encuesta de ocupación hotelera	Estudiar el comportamiento de una serie de variables que permitan describir la características fundamentales (oferta y demanda) del sector hotelero
Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos	Proporcionar información sobre la oferta y la demanda de los servicios de alojamientos que prestan los establecimientos de acampamentos turísticos
Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos	Proporcionar información sobre la demanda y la oferta de los servicios de alojamientos que prestan los establecimientos de apartamentos turísticos
Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural	Proporcionar información sobre la oferta y la demanda de los servicios de alojamientos que prestan los establecimientos de turismo rural
Índice de precios hoteleros	Medir la evolución del conjunto de precios aplicados por los empresarios a los distintos clientes que se alojan en los hoteles de España. Mide la evolución de los precios del sector desde la óptica de la oferta
Índice de ingresos hoteleros^(*)	Medir la evolución de los ingresos medios por habitación ofertada de los establecimientos hoteleros
Índice de precios de acampamentos turísticos	Medir la evolución mensual del conjunto de las principales tarifas de precios que los campings aplican a sus clientes
Índice de precios de apartamentos turísticos	Medir la evolución mensual del conjunto de las principales tarifas de precios que los establecimientos de apartamentos turísticos aplican a sus clientes
Índice de precios de alojamientos de turismo rural	Medir la evolución mensual de los precios que los empresarios de este tipo de establecimientos aplican a sus clientes
Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero	Obtener indicadores mensuales que proporcionen información sobre los ingresos percibidos por los empresarios hoteleros por la prestación del servicio de alojamiento, tanto por habitación ocupada como por habitación disponible
Encuesta anual de servicios	Investigar las principales características estructurales y económicas de las empresas dedicadas a hostelería, restauración, agencias de viajes y otros sectores de la rama servicios
Estadística de productos en el sector servicios	Investigar las características estructurales de las empresas que prestan servicios de alojamiento y agencias de viajes y otros sectores de la rama servicios
Encuesta sobre la estructura de las empresas hoteleras 1996^(**)	Tratar de conocer el grado de concentración empresarial en la gestión de los establecimientos hoteleros
Encuesta sobre la estructura de empresas de agencias de viajes 1997^(**)	Estudiar en profundidad de las características económicas de las empresas cuya actividad principal se desarrolla en el ámbito de las agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades de asistencia turística

(*) A partir de diciembre de 2009 esta operación se ha dejado de elaborar.

(**) A partir de 1998 esta operación está englobada en la Encuesta Anual de Servicios.

Fuente: INE.

ración de estadísticas, información y datos relativos al turismo». Actualmente es un organismo público con rango de Subdirección General, dependiente del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y además de la investigación y realización de estudios y estadísticas de turismo es el responsable del Centro de documentación turística de España, teniendo atribuidas competencias en materia de creación y difusión del conocimiento y la inteligencia turística, además de la coordinación de la información sobre el sector turístico generada por las distintas unidades administrativas dependientes de la Secretaría de Estado de Turismo y del propio TURESPAÑA, realizando una labor de cooperación tanto con organismos internacionales como con las comunidades autónomas. El Instituto de Estudios Turísticos (IET) ha desarrollado un sistema de estadísticas de turismo que analiza la actividad turística desde la demanda como unidad informante, al contrario que el INE cuya unidad informante son las empresas turísticas. Las tres operaciones principales que realiza son: Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) y Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) (Figura 4).

Figura 4
OPERACIONES ESTADÍSTICAS DEL IET

Operación Estadística	Objetivo
Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)	Estimar el número de visitantes extranjeros entrados en España por las distintas vías de acceso, aproximación a su comportamiento turístico y conocer el gasto turístico de los visitantes extranjeros a su salida de España, de los españoles a su regreso del extranjero, así como otras variables del comportamiento turístico
Encuesta de Gasto Turístico (Egatur)	Conocer el gasto turístico de los visitantes extranjeros a su salida de España por carretera o aeropuerto
Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)	Ofrecer información sobre los viajes realizados por los españoles tanto dentro de España como hacia el extranjero

Fuente: IET.

En la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) y en la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) se ofrece información sobre el perfil de los turistas internacionales recibidos en España, así como el gasto turístico realizado por los mismos. Por su parte, la encuesta Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) cuantifica los flujos de viajeros residentes en España entre las distintas comunidades autónomas y hacia el extranjero y proporciona la caracterización de los viajes realizados en función de los aspectos más relevantes como son: el motivo, la duración de la estancia, el tipo de alojamiento, el medio de transporte, el gasto realizado y el gasto realizado, entre otros. La principal limitación de estas operaciones radica en que no se ofrecen resultados con desagregación inferior a la comunidad autónoma.

Otros estudios que realiza el IET, en algunos casos explotaciones de información secundaria son: Balantur (balance del turismo en España) Habitur (hábitos turísticos desde la encuesta de Frontur), la encuesta a los visitantes del Museo del Prado, la explotación de la Encuesta de Población Activa (EPA) para analizar el empleo turístico, incorporando los datos de afiliaciones a la seguridad social, y finalmente a partir de los datos de AENA, un análisis de las compañías aéreas de bajo coste, entre otros.

4.2. La información estadística en el ámbito regional

En la mayoría de las comunidades autónomas existen órganos estadísticos similares a los de la Administración General del Estado, establecidos en sus correspondientes leyes estadísticas y que han creado sus respectivos institutos regionales de estadística. En algunos casos, estos institutos regionales desarrollan operaciones estadísticas propias en turismo, mientras que otros, utilizan la información regionalizada que les facilitan los dos entes nacionales.

Como ya se señalaba, el crecimiento de la actividad turística, que consume recursos y que se planifica desde el ámbito regional y local, genera unas necesidades de información por parte de las comunidades autónomas que en algunos casos les ha llevado a realizar operaciones estadísticas en turismo, desarrollando sistemas y metodologías que permiten obtener un completo panorama del mismo. Han surgido también, en buena medida, como medio para paliar las dificultades de los organismos estatales para llegar a niveles de desagregación mucho mayores como la provincia o el municipio, apoyándose en la mayoría de las iniciativas en el conocimiento y la investigación universitaria.

Podemos citar entre otros, al Sistema de Análisis Estadístico del Turismo en Andalucía (SAETA), creado en 1995 con el objetivo de realizar un sistema de información estadística sobre el turismo de Andalucía que fuera armónico, homogéneo e integrado (Aurioles-Martín, 2000) como respuesta a la demanda de información que el sector turístico andaluz tenía y sobre todo por la no disponibilidad de estadísticas oficiales (Gallego *et al.*, 2001) y actualmente integrado en la Junta de Andalucía, en la Empresa Pública de Turismo Andalus como un Departamento de Estadística e investigación de Mercados. En Asturias surge en 1996 el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) cuyas operaciones estadísticas están actualmente incorporadas al Plan Estadístico Regional. Más recientemente, en 2008, se ha creado por la iniciativa conjunta del Instituto de Promoción Turística y la Universidad de Castilla-La Mancha, el Sistema de Investigación Turística de Castilla-La Mancha, con diferentes proyectos de investigación relacionados con el análisis del turismo en dicha comunidad. También cabe mencionar algunos observatorios de carácter más local, como el Observatorio de Turismo de Costa Daurada creado en 2001 por la Fundación de Estudios Turísticos Costa Daurada (FETCD), el Observatorio turístico de la Provincia de Málaga, hoy empresa pública (SOPDE), el observatorio de Málaga-ciudad, Granada, Córdoba, Cádiz, Jaén, Ávila, Huesca, Cantabria, Barcelona, Ourense...

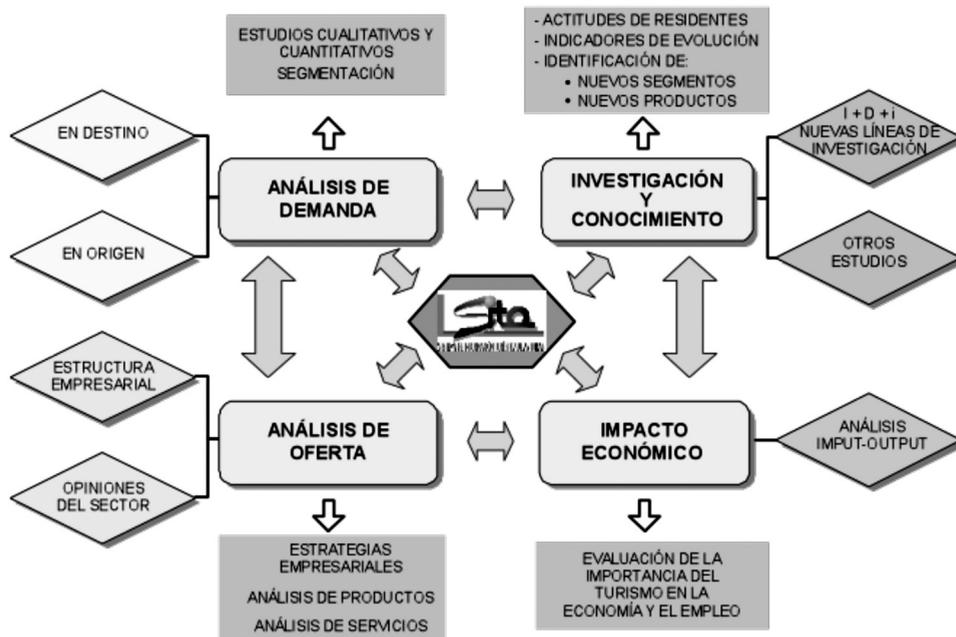
En este caso la necesaria coordinación que debe existir entre estos observatorios y las operaciones que se realizan a escala nacional con el fin de evitar duplicidades y aprovechar sinergias se ve dificultada por los métodos estadísticos empleados y/o los objetivos y la cobertura de los datos para el cálculo de determinadas magnitudes utilizados por los

diferentes institutos regionales y observatorios regionales o locales que difieren entre sí, dificultando su comparabilidad.

5. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS

El Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) tiene como principales líneas de trabajo son el análisis de la demanda, tanto en destino como en origen, es decir en el propio mercado de procedencia; la oferta turística; el cálculo del impacto económico del turismo en la economía regional, en términos de Valor Añadido Bruto (VAB) y empleo, aplicando una metodología de análisis input-output; así como un área de investigación y conocimiento (Valdés et al., 2002 y 2003; Valdés, 2010) (Figura 5).

Figura 5
LÍNEAS DE TRABAJO



Fuente: SITA.

Tomando como referencia estos aspectos, desde el año 1997 el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) ha desarrollado diversos trabajos que se pueden clasificar en dos grupos:

1. Operaciones estadísticas: en este grupo se encuadran las encuestas de la demanda en destino, las encuestas de la oferta turística asturiana, el análisis del impacto económico del turismo, así como estudios de mercado en origen.
2. Análisis del turismo: se realizan estudios, análisis e informes de la demanda turística atendiendo a diferentes criterios: por tipo de turismo ya sea de alojamiento colectivo, privado o excursionismo; análisis territoriales de diversos municipios y comarcas; estudios desglosados por sectores, tipo de alojamiento, etc. Paralelamente, también se han realizado estudios y seguimientos sobre otras actividades, como el turismo activo o el relativo a la calidad en oficinas de turismo.

Para llevar a cabo todos estos estudios se sigue una metodología de trabajo similar que comienza con el diseño y elaboración de una encuesta. Posteriormente y teniendo en cuenta el número de entrevistas a realizar, se elabora el plan de muestreo en el que se establecen los puntos y lugares donde se realizan las mismas. Una vez finalizado el trabajo de campo se procede al control, tabulación y depuración de los datos necesario para el análisis y explotación de los resultados con la finalidad última de su publicación y difusión. En este contexto, la elaboración periódica e ininterrumpida de estadísticas turísticas supone un proceso de retroalimentación que favorece la mejora continua del diseño metodológico (Figura 6).

5.1. Análisis de demanda

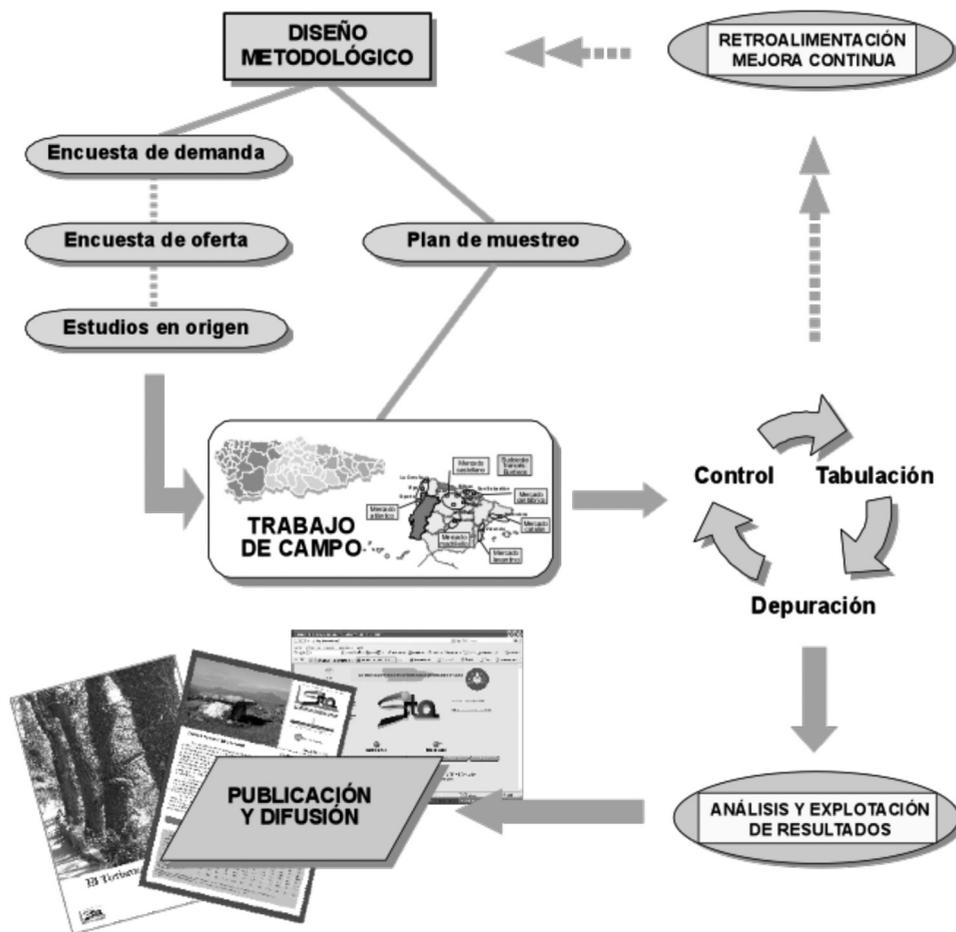
La realización de estudios sobre la demanda turística, es decir sobre el visitante de un destino, tiene que considerar dos aspectos: el primero, conocer quién nos visita, y el segundo nuestro potencial visitante. Para ello es necesario realizar dos tipos de estudios o análisis. En el primer caso estaríamos ante los estudios de demanda en destino, es decir una vez que el visitante ha llegado, conocer su perfil. En el segundo caso, supone diseñar estudios específicos que nos permitan identificar en el lugar de residencia, el potencial visitante, es decir quién, cómo o qué necesita para visitar un destino y en este caso estaríamos ante los estudios de mercado en origen.

5.1.1. Análisis de la demanda en destino

El estudio de la demanda en destino del SITA tiene como finalidad caracterizar el comportamiento de los visitantes en el destino, es decir, en Asturias. En este sentido, se analizan las características tanto de los excursionistas o visitantes de un día como de los turistas, ya sean de alojamiento colectivo o de alojamiento privado.

La metodología empleada se basa en la realización de una entrevista personal estructurada al visitante. Para facilitar la recogida de información de los visitantes extranjeros se dispone de cuestionarios traducidos al inglés, francés y alemán. La información obtenida en las encuestas permite conocer de forma amplia cuáles son las opiniones y percepciones de los visitantes, recoger sus quejas y sugerencias e identificar qué elementos deben ser modificados, determinar las nuevas demandas de productos, las actividades que realizan, recabar información de la época del año en la que viajan a Asturias y cómo se desplazan a

Figura 6
EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN



Fuente: SITA.

la región, cuáles son sus niveles de gasto, la duración de la estancia, cuáles son los factores de atracción de turistas al destino, etc.

El procedimiento de muestreo se articula en dos niveles diferentes:

1. En establecimientos colectivos: a partir de estratificaciones por periodo, tipo de alojamiento, día de la semana y zona geográfica, se procede a un muestreo por cuotas.
2. En la vía pública: a partir de estratificaciones por periodo, día de la semana y zona geográfica, el entrevistador lleva a cabo una selección aleatoria en lugares turísticos de interés. Con el objetivo de conseguir la mayor representatividad en los

resultados posible, se han considerado distintos lugares para realizar las entrevistas, clasificados en categorías: punto costero, museo, punto de interés natural, punto de interés cultural, punto de turismo activo, punto de eventos, punto de tránsito, restaurantes y otros (Sustacha *et al.*, 2002).

La obtención de información a través de entrevistas personales en destino presenta el problema de que la selección de los individuos que van a pasar a formar parte de la muestra no es completamente aleatoria debido a la existencia de sesgos en razón del número de acompañantes, de la duración de la estancia y de la frecuencia de paso del entrevistado por los puntos de interés turístico. En consecuencia, para obtener estimaciones insesgadas de cualquier variable de la población objetivo, es necesario corregir cada unidad muestral de forma adecuada a fin de que sea representativa de la población real. Esta operación estadística consiste en asignar a cada entrevista el valor proporcional al que representa realmente dentro del conjunto de la población, aplicando un coeficiente corrector, denominado elevación.

5.1.2. Análisis de la demanda en origen

El estudio de la demanda turística casi siempre ha sido planteado desde la óptica del destino, esto es, analizando los hábitos de viaje de los visitantes, sus preferencias, actitudes, comportamientos y valoraciones durante su viaje en el lugar visitado. Sin embargo, si bien analiza la conducta real del visitante que efectuó el viaje, no considera al potencial, dificultando la determinación de nuevos segmentos de mercado de interés, sean geográficos, sociodemográficos o de valores y estilos de vida, redundando a su vez en una debilidad de los planes de comercialización turísticos que se hacen reiterativos en los mismos mercados y segmentos.

En este contexto deben enmarcarse los Estudios de Mercado en Origen (EMOs) cuya función es resolver esas carencias y en consecuencia mejorar sustancialmente el conocimiento de la demanda turística. Se trata de investigaciones sobre las características de los viajes de los individuos en su lugar de residencia habitual con el objetivo fundamental de determinar el potencial de un mercado geográfico concreto así como segmentar el mismo.

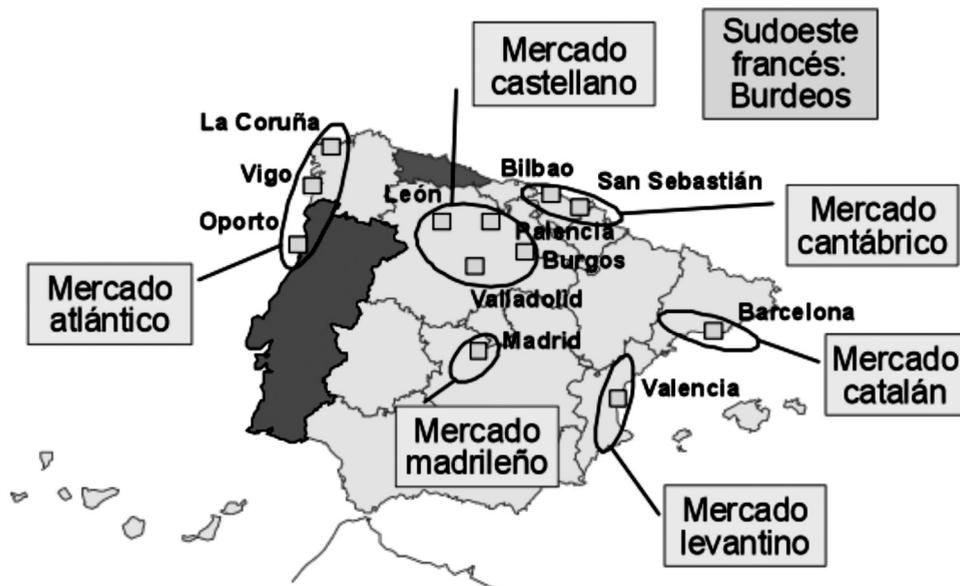
El problema principal de este tipo de estudio radica en la dificultad de realización y en su elevado coste. Por ello deben considerarse únicamente mercados geográficos bien definidos, previamente valorados y evaluados mediante un análisis exploratorio que anticipe el interés de los mismos y su consiguiente estudio de cara a conseguir estudios de mercado en origen válidos para llevar a cabo una planificación turística adecuada en dichos mercados.

Partiendo del objetivo básico de analizar los hábitos vacacionales y las características de la población en origen, el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) elabora una encuesta personal en la que se evalúan las dinámicas de elección de destinos turísticos, que permite conocer la imagen del destino turístico Asturias y determinar los perfiles básicos y potenciales demandas de la población en origen con respecto a nuestra región. La encuesta se realiza en el propio mercado a investigar, con el consiguiente desplazamiento de un equipo de encuestadores, desarrollándose el trabajo de campo a partir

del diseño de un muestreo por zonas teniendo en cuenta la población, sexo y edad, con selección aleatoria. El periodo de recogida de la información es un espacio de tiempo muy reducido, de alrededor de una semana aproximadamente y siempre en periodos no vacacionales. La información obtenida de esta manera se completa con entrevistas en profundidad a agencias de viaje a fin de conocer más detalladamente cómo se lleva a cabo la comercialización del destino Asturias.

En este contexto y hasta la actualidad, el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) ha realizado un total de trece Estudios de Mercado en Origen (EMOs), atendiendo a los mercados de proximidad: el mercado atlántico (La Coruña y Vigo), el mercado castellano (León, Palencia, Burgos y Valladolid), el mercado cantábrico-vasco (Bilbao y San Sebastián), el mercado levantino (Valencia), el mercado catalán (Barcelona) y, por último el mercado madrileño, centrado en la ciudad de Madrid. También se han realizados dos estudios de demanda turística de origen extranjero, particularmente en Burdeos, ubicado geográficamente en la región del sudoeste francés, y el mercado portugués de Oporto (Figura 7).

Figura 7
ESTUDIOS DE MERCADO EN ORIGEN (EMOs)



Fuente: SITA.

5.2. Análisis de oferta

El concepto de oferta turística resulta de la propia definición de turismo, describiéndose como «*el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo*» (OMT, 1998). En este sentido, uno de los objetivos básicos del Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) es la recopilación de datos y seguimiento de la oferta turística de Asturias, facilitando información sobre:

- La cuantificación de la oferta turística en términos de número de establecimientos y de la capacidad de los mismos.
- Las principales características de las empresas que operan en el sector.
- Las estrategias y políticas desarrolladas por las empresas.
- Los efectos que determinadas variables externas, como la estacionalidad y las actuaciones públicas, tienen sobre el sector.

El conocimiento de la estructura empresarial y de gestión de la oferta turística constituye una herramienta para que los promotores tengan una fuente de conocimiento sobre la estructura de las empresas y su actividad, y para que los propios empresarios puedan comparar el funcionamiento de su negocio con la media del sector y elaborar así políticas de mejora. En base a estas premisas es necesario recoger información sobre distintos aspectos tales como: inversiones realizadas, políticas de formación de los recursos humanos, grado de equipamiento tecnológico del sector, precios, facturación, políticas medioambientales, evaluación de la actividad desde su punto de vista, etc.

La metodología de trabajo se basa en la realización de una entrevista personal a los propietarios, gerentes, encargados o responsables de los alojamientos del Principado de Asturias con una periodicidad anual.

5.3. Impacto económico

La metodología empleada consiste en la aplicación del análisis input-output (véase por ejemplo Fletcher, 1994; Archer y Fletcher 1996, Frechtling 1999; Crompton *et al.* 2001 o Tyrrell y Johnston, 2001) a la medición del gasto turístico regional, de manera que permite evaluar los distintos niveles de efectos (directos, indirectos e inducidos) así como conocer su desagregación sectorial.

El punto de partida es la estimación del gasto turístico que se cuantifica a partir del análisis de la demanda en destino, a través de la encuesta de demanda y el gasto medio realizado por los diferentes tipos de visitantes: turistas de alojamiento colectivo, alojamiento turístico privado y excursionistas (Valdés *et al.*, 2001). A fin de dotar a este procedimiento de medición del gasto turístico de mayor robustez, se ha contrastado con los resultados derivados de una aproximación no paramétrica.

La idea básica del modelo (Valdés *et al.*, 2010) es que ante un incremento del gasto turístico interior se genera un aumento de la actividad para los proveedores de esa demanda

(hoteles, restaurantes...) que a su vez deben de adecuar sus pedidos a los proveedores, generando una segunda ronda de transacciones que constituyen los efectos indirectos.

Los efectos directos e indirectos, pues estos provocan un incremento en la renta de las economías domésticas vía sueldos y salarios, iniciándose un nuevo ciclo de efectos que se denominan inducidos (Figura 8).

Figura 8
IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO



Fuente: adoptado por SITA.

El modelo input-output nos permite cuantificar los impactos que produce un incremento de la demanda, en este caso turística, en cada sector de actividad, a través del conjunto de efectos directos, indirectos e inducidos que se producen en el sistema económico.

5.4. Investigación y conocimiento

La continua investigación desarrollada por el equipo multidisciplinar del SITA ha permitido obtener interesantes resultados en la investigación turística. En Valdés *et al.* (2007) se utilizan nuevas técnicas con modelos no paramétricos para la estimación del gasto económico que realizan los turistas en destino a partir del gasto realizado en el establecimiento de alojamiento colectivo. En Torres *et al.* (2002) se presenta una solución a los problemas y desventajas de la recogida de información mediante encuesta personal realizada a visitantes en destino, desarrollando una metodología estadística que permite corregir los posibles sesgos de la muestra. También, dentro del análisis de un espacio socioeconómico y relacionado con el turismo de ciudad y el turismo cultural, Valdés *et al.* (2004) señalan las principales líneas de actuación para el desarrollo de un sistema de información turístico en ciudades con una riqueza patrimonial singular.

6. REFLEXIONES Y RETOS FUTUROS

Teniendo en cuenta todos los aspectos anteriormente mencionados, es posible plantear una serie de reflexiones y retos futuros para el conocimiento de la actividad turística y los

Sistemas de Información Turística (SIT) como mecanismos estructurados que permitan conocer en profundidad la actividad turística.

La creación de un Sistema de Información Turística (SIT) supone el desarrollo de una herramienta que obtenga información correcta, particular y completa de la situación del turismo en un espacio socioeconómico determinado, ya sea un estado, región, municipio o ciudad y debe orientar sus objetivos con una finalidad y prospección investigadora que mejore el conocimiento del sector, de forma que la información proporcionada sirva de apoyo a la planificación y mejora del turismo.

Los Sistemas de Información Turística (SIT) posibilitan el conocimiento de la realidad turística como punto de partida para la toma de decisiones y la planificación integral de la actividad turística que permita una gestión adecuada de la demanda turística en términos cuantitativos, analizando los flujos y movimientos de la demanda, o su estacionalidad, etc. pero también cualitativamente, identificando nuevos segmentos o mercados. Por consiguiente estos sistemas, además de cuantificar han abordado estudios que permitan:

1. La caracterización de la demanda turística, su segmentación y cualificación. Las características de la demanda deben ser una referencia para la cualificación y diferenciación de la oferta sobre la base de las necesidades de los clientes.
2. El análisis de la estructura empresarial, las estrategias y políticas desarrolladas desde el ámbito privado. Las nuevas exigencias de la demanda ponen de manifiesto la necesidad de mejorar la gestión de las empresas orientándose hacia el logro de productos y/o servicios turísticos de mayor calidad al mismo tiempo que se debe incidir sobre la necesidad de actuar en la gestión medioambiental de las empresas turísticas.
3. Evaluar la importancia del turismo en la economía regional o local.
4. Elaborar indicadores sobre la evolución del sector, identificar nuevos segmentos y/o productos, así como abrir nuevas líneas de investigación.

En los últimos años, se asiste a un incremento de la demanda de información sobre los mercados en origen. Las administraciones y el propio empresario comienzan a requerir información acerca del comportamiento turístico del cliente, desde la óptica del origen, pues ello les permite establecer campañas adecuadas de promoción y comercialización del destino turístico.

Sin embargo, todo sistema debe tener en cuenta que surgen nuevas necesidades de estudios a medida que crece el turismo en los territorios. En muchos casos ya no es sólo necesario dar una respuesta al ámbito regional, sino que es preciso, en función de la importancia que adquiere el turismo, avanzar en la realización de estudios comarcales e incluso locales o municipales. Por ello, en la mayoría de los casos, es necesario acometer esos estudios con un incremento del trabajo de campo para obtener una muestra que permita lograr una adecuada representatividad de los datos, repercutiendo también en los costes y presupuestos de la investigación solicitada. Se trata de responder a una demanda concreta, con el beneficio añadido de no duplicar operaciones estadísticas por parte de organismos locales ni efectuar operaciones estadísticas adicionales.

Asimismo hay que considerar en el planteamiento de cualquier investigación a los usuarios de la información y qué necesidades requieren. En muchos casos los datos que le interesa a la administración no son igual de importantes para el empresario privado y viceversa. Por tanto estamos ante demandas distintas que deben ser atendidas adecuadamente y por ello es conveniente establecer unos mínimos de información satisfactoria para todos.

Por otra parte, intentar abarcar todos los aspectos puede resultar inoperante, sobre todo si se basan en encuestas a clientes, que rechazan entrevistas largas y tediosas. Por ello, es fundamental realizar un cuestionario de preguntas equilibrado que obtenga la mayor información posible de acuerdo a esas necesidades mínimas que tienen los agentes que utilizaran la información, buscando el menor rechazo posible por parte del visitante.

Otro aspecto importante que se debe tener en cuenta en todo Sistema de Información Turística (SIT), es la transversalidad del turismo. Los resultados obtenidos en determinadas investigaciones turísticas, pueden servir de ayuda a la toma de decisiones de otros agentes sociales no vinculados con el turismo, pero que a su vez también influyen en el mismo. La reiterada necesidad de coordinación entre administraciones, así como entre agentes públicos y privados ha de guiar los principios de toda investigación, especialmente en el caso de la difusión de la información.

Un modelo de referencia es el Sistema de Información Turística de Asturias que desde 1997 lleva realizando los estudios y estadísticas de turismo en el Principado de Asturias.

El crecimiento y evolución del turismo plantea a su vez nuevos contenidos que deben ser abordados en los próximos años:

1. Estudios sobre territorio y medio ambiente. El conocimiento de la capacidad del espacio socioeconómico para absorber los impactos que el turismo produce, ofrece una valiosa información para lograr una gestión adecuada del territorio y la actividad turística además de fomentar el desarrollo equilibrado de los productos. En este sentido, resultan necesarios análisis sobre desarrollo urbanístico que favorezcan la integración y coordinación de las directrices sectoriales del turismo y las territoriales. Asimismo, se puede estudiar la influencia del turismo en los espacios protegidos y viceversa, además de los efectos en la periferia de estos. Otros aspectos relevantes serían la cuantificación y delimitación de la capacidad de carga de un determinado espacio socioeconómico así como el análisis del impacto de las infraestructuras en el turismo.
2. Estudios sobre las actitudes de los residentes ante el turismo como fuente de identificación de posibles problemas ocasionados por la actividad turística.
3. Identificación de las necesidades de las empresas en materia de formación, separando las necesidades de hotelería, turismo rural, etc., las necesidades en comercialización y promoción, infraestructuras, comunicaciones, señalizaciones, nuevas tecnologías, etc., sobre la base de que las exigencias de cada segmento son diversas y deben ser consideradas.

En resumen, a partir del conocimiento se pueden poner en marcha distintas estrategias que posibiliten el desarrollo turístico sostenible y de calidad desde una doble perspectiva:

las administraciones públicas con la implementación y diseño de políticas turísticas sostenibles; y la empresarial, con el logro de empresas turísticas cada vez más sostenibles económica y medioambientalmente.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ANDREU, R., RICART, J., VALOR, J. (1996): *Estrategia y sistemas de Información*. Madrid, McGraw-Hill.
- ARCHER, B., FLETCHER, J. (1996): «The economic impact of tourism in the Seychelles». *Annals of Tourism Research*, 23, pp. 32-47.
- AURIOLES-MARTÍN, J. (2000): «El proyecto SAETA. Un instrumento para la observación regional del turismo como actividad económica». *Estudios turísticos*, 144-145, pp. 103-124.
- BIGNÉ, E., FONT, X., ANDREU, L. (2000): *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid, ESIC.
- COMISIÓN EUROPEA, OCDE, NACIONES UNIDAS, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2001): *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. New York, CEC, OECD, UN, WTO.
- COSTA, C., TIAGO, P., MENDES, J. (2002): «The Role of the newly created Portuguese Tourism Observatory in the collection, analysis and treatment of the Portuguese Tourism Statistics» in *Proceedings of the 6th International Forum on Tourism Statistics*. Budapest, Hungarian Central Statistics Office, pp. 400-414.
- CROMPTON, J., LEE, S., SHUSTER, T. (2001): «A guide for undertaking economic impact studies: The springfest example». *Journal of Travel Research*, 40(1), pp. 79-87.
- EUROPEAN COMMISSION (2001): *Facilitating the exchange and dissemination of information through new technologies*. Technical report. Brussels, European Commission. Directorate-General Enterprise – The Tourism Unit.
- FLETCHER, J. (1994): «Input-output analysis», en *Tourism marketing and management handbook*, second edn. UK, Prentice-Hall International, pp. 480-484.
- FRECHTLING, D. (1999): «Estimating the multiplier effects of tourism expenditures on a local economy through a regional input-output model». *Journal of Travel Research*, 37(4), pp. 342-332.
- GALLEGO, I., MOLINA, S.P., MONICHE, A., MUÑOZ, M.J. (2001): «Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía». *XXVI Congreso Nacional de Estadística e Investigación Operativa*, Úbeda.
- IVARS-BAIDAL, J. A. (2004): «Tourism planning in Spain: Evolution and perspectives». *Annals of Tourism Research*, 31(2), pp. 313-333.
- LAUDON, K., LAUDON, J. (1996): *Administración de los sistemas de información. Organización y tecnología*. México, Prentice Hall.
- MASSIEU, A (2001): «A System of Tourism Statistics (STS): scope and content» en *Tourism Statistics: international perspectives and current issues*. London, Continuum, pp. 3-13.
- NACCA, A. (2010): The Italian National Tourism Observatory: governance and statistical issues. *10th International Forum on Tourism Statistics*, Lisbon.

- NACIONES UNIDAS, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1994): *Recomendaciones sobre las Estadísticas de Turismo*. Nueva York, ONU, OMT.
- NACIONES UNIDAS, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2010): *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Serie M N° 83/Rev. 1 Madrid, Nueva York, NU, OMT.
- NACIONES UNIDAS, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, OCDE (2010): *Cuenta satélite de turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*. Serie F N° 80/ Rev. 1 Luxemburgo, Madrid, New York, París, NU, OMT, CCE OCDE.
- OMT (1998): *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- OMT (2011): *Barómetro*, vol. 9, n° 1 febrero, 13 de abril de 2011. Madrid, OMT. Disponible en <http://www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm>
- SUSTACHA, I., ARRIBAS, C., TORRES, E. (2002): «Metodología para la determinación de puntos de captación de información sobre el turismo en alojamientos privados en destinos singulares», en *VI Congreso AECIT. Nuevas tendencias de ocio y turismo: su especial problemática en destinos singulares*. Jaén, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, pp. 359-368.
- TORRES, E., SUSTACHA, I., MENÉNDEZ, J., VALDÉS, L. (2002): «A solution to problems and disadvantages in statistical operations of surveys of visitor accommodation establishments and at popular visitor places» in *Proceedings of the 6th International Forum on Tourism Statistics*. Budapest, Hungarian Central Statistical Office, pp. 385-399.
- TYRRELL, T., JOHNSTON, R. (2001): «A framework for assessing direct economic impacts of tourism events: Distinguishing origins, destinations, and causes of expenditures». *Journal of Travel Research*, 40(1), pp. 94-100.
- VALDÉS, L., TORRES, E., DEL VALLE TUERO, E. (2003): «A methodology proposal to develop and establish an information system on tourism statistics at regional level». *54th session 2003 International Statistical Institute (ISI)*, Berlin.
- VALDÉS, L. (2010): «Sistemas de información para la calidad y la sostenibilidad turística: el Sistema de Información Turística de Asturias», en *Conocimiento, creatividad y tecnología para un turismo sostenible y competitivo*. Actas del XII Congreso AECIT. Vila-Seca, Tarragona, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, pp. 43-54.
- VALDÉS, L., AZA, R., BAÑOS, J. (2010): «Impacto económico del turismo en una región: el caso de Asturias», *Cuadernos de economía*, 33 (91), pp. 183-208.
- VALDÉS, L., DE LA BALLINA, J., AZA, R., LOREDO, E., TORRES, E., MENÉNDEZ, J., DOMÍNGUEZ, J., DEL VALLE, E. (2001): «A methodology to measure tourism expenditure and total tourism production at de regional level» en *Tourism Statistics: international perspectives and current issues*. London, Continuum, pp. 317-334.
- VALDÉS, L., TORRES, E. (2002), «Los sistemas de información turística en la detección de nuevas tendencias de ocio y turismo: el caso de Asturias», en *VI Congreso AECIT. Nuevas tendencias de ocio y turismo: su especial problemática en destinos singulares*. Jaén, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, pp. 153-160.

- VALDÉS, L., TORRES, E., DEL VALLE, E. (2004): «Los sistemas de información turística en ciudades históricas», en *6º Congreso de Turismo Universidad y Empresa. Turismo Cultural y Urbano*. Valencia, Tirant lo Blanch, pp. 333-347.
- VALDÉS, L., TORRES, E., DOMÍNGUEZ, J.S. (2007): «A model to study the economic impact of collective accommodation in a region». *Tourism Management*, 28(1), pp. 152-161.
- WTO (2004): *Survey of Destination Management Organisations Report*. World Tourism Organization, Madrid.

Páginas web consultadas:

www.iet.tourspain.es

www.ine.es

www.observatoricostadaurada.com

www.sita.org

www.turismocastillalamancha.com/investigacion