



La economía del Turismo en Puerto Rico: Tamaño y Competitividad

**Sometido a:
Compañía de Turismo
de Puerto Rico**

junio 2007

Contenido

PRESENTACIÓN Y HALLAZGOS PRINCIPALES	1
I. INTRODUCCIÓN	6
II. TAMAÑO DE LA ECONOMÍA DEL TURISMO	10
III. ÍNDICES DE COMPETITIVIDAD	20
IV. ÍNDICE DE ACTIVIDAD TURÍSTICA	34
V. LOS BANCOS DE DATOS DE LA CTPR	39
VI. LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO	53

PRESENTACIÓN Y HALLAZGOS PRINCIPALES

En este informe se presentan los hallazgos principales—y las recomendaciones pertinentes—de un estudio realizado por Advantage Business Consulting para la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) sobre el tamaño y la competitividad de la economía del turismo en la isla.

El estudio se enfocó en cuatro objetivos principales. En primer lugar, se diseñó un índice de competitividad del turismo y se realizó una calibración preliminar del índice para Puerto Rico y otros seis destinos turísticos en el Caribe. En segundo lugar, se construyó un índice de actividad turística para medir el crecimiento de la economía del turismo de trimestre a trimestre. Este índice se calculó también de manera preliminar—y con periodicidad anual—para el período de 1998 a 2006. En tercer lugar, se analizaron los bancos de datos que actualmente mantiene la CTPR y se evaluaron las propiedades estadísticas principales de las series de datos acumuladas en el banco. Por último, se analizaron las condiciones existentes en la actualidad y las acciones requeridas para iniciar la construcción de la Cuenta Satélite del Turismo de Puerto Rico.

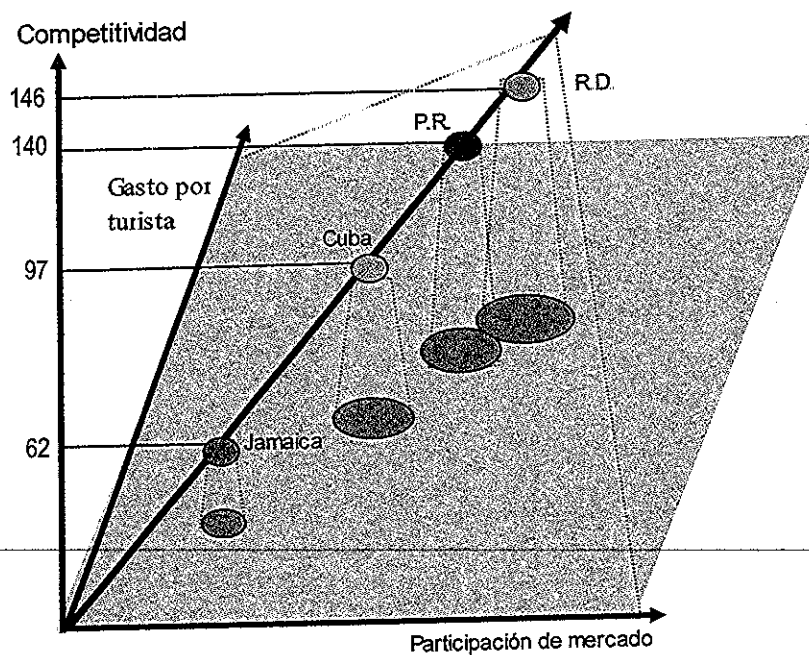
El Índice de Competitividad Turística (ICT)

Se examinaron y calcularon tres índices de competitividad diferentes—cada uno con su lógica y variables propias. Los tres índices se combinaron al final en uno solo, que a juicio de los consultores es un excelente indicador de competitividad. Dos de los índices miden el **desempeño** competitivo, mientras que el tercero mide el **potencial** competitivo. Por lo tanto, el índice compuesto incorpora simultáneamente métricas de desempeño y de potencialidad.

Se seleccionó un grupo de seis países con los cuales Puerto Rico compite en la región del Gran Caribe y se calcularon los cuatro índices para éstos y para la isla. El resultado es muy favorable para Puerto Rico, ya que refleja que la economía del turismo en la isla tiene altos niveles de competitividad tanto en términos de potencial como de desempeño. El otro destino turístico del grupo que resultó ser altamente competitivo, y aún superior a Puerto Rico en algunas medidas, fue la República Dominicana.

Ilustración de uno de los índices de competitividad elaborados en el estudio

Índice de competitividad de de Captación del Gasto



El Índice de Actividad Turística (IAT)

Este índice se compone de cuatro variables que son fáciles de recopilar con frecuencia mensual. Las variables reflejan el movimiento hotelero, la llegada de visitantes regulares y de cruceros, y el empleo en las actividades de turismo. Dada la periodicidad de estas variables, el índice se puede calcular con frecuencia mensual. Sin embargo, en el estudio se hizo un cálculo de frecuencia anual para fines puramente de ilustración.

El comportamiento del índice revela que es una buena medida del movimiento de la economía del turismo en la isla. En el período de siete años incluido en la muestra preliminar, el crecimiento promedio anual del índice fue de 3.5%, lo cual es un buen reflejo del crecimiento de la actividad turística en esos años. En efecto, el índice confirma el dinamismo sostenido del turismo en los primeros años de la década actual, que ha sido un intervalo de poco crecimiento en la economía en general.

Los bancos de datos de la CTPR

Los bancos de datos existentes en la CTPR contienen un gran número de variables, pero la mayoría de ellas están concentradas en la actividad de la industria hotelera. Esta industria, importante por demás, está bastante bien cubierta en el sistema estadístico actual de la CTPR, pero el resto de la economía del turismo brilla por su ausencia en los bancos de datos.

Las variables examinadas muestran una tendencia marcada de crecimiento a lo largo del tiempo, lo cual coincide con la apreciación generalizada de que la economía del turismo es uno de los ejes de crecimiento sostenido de la economía puertorriqueña. Las variables también exhiben un comportamiento estacional bastante marcado, como es de esperar en una actividad que está sujeta a una temporada alta y otra baja.

Un hallazgo de interés es el hecho de que la mayoría de las variables en el banco de datos parecen haberse hecho más volátiles con el paso del tiempo. En términos técnicos, la varianza de las variables no parece ser estable, sino que crece a lo largo del período examinado. Este resultado debe examinarse más detenidamente, ya que puede tener implicaciones importantes por razones tanto prácticas como técnicas. Por el lado de

lo práctico, es importante para el diseño e implementación de la política pública saber si la industria hotelera se ha vuelto más propensa a fluctuaciones que lo que lo era en el pasado. De ser así, habría también que investigar las causas de ese proceso. Por el lado técnico, el aumento de la varianza con el paso del tiempo impone ciertas limitaciones al modelaje estadístico de las series de tiempo del banco de datos. Esto debe tenerse presente en estudios futuros.

La Cuenta Satélite del Turismo (CST)

La buena noticia en lo que respecta a la construcción de la CST de Puerto Rico es que la información que ya existe en los bancos de datos de la CTPR sirve de base para alimentar una parte importante de la dicha cuenta. La noticia no tan buena es que la mayoría de los campos estadísticos de la cuenta no están cubiertos por los sistemas de información que existen en la actualidad. Se requiere ampliar sustancialmente el alcance y la cobertura de las encuestas de la propia CTPR y de otras agencias gubernamentales (como, por ejemplo, la Junta de Planificación y la Compañía de Comercio y Exportación) para suplir estas carencias.

En particular, se necesita levantar información directa del lado de la demanda en lo que concierne al turismo interno y la distribución de las ventas al detalle entre residentes y turistas (tanto externos como locales). Por el lado de la oferta, se necesita levantar información de casi todos los productos y servicios (con la notable excepción de la industria hotelera, que ya está bastante bien cubierta), dándole énfasis inicialmente a la transportación, la restauración y la industria de entretenimiento. Además de las encuestas nuevas que habrá que instituir, se tiene que aprovechar para estos fines la información de los censos de negocios que realiza periódicamente el Departamento de Comercio de Estados Unidos, así como las encuestas del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos y los sistemas de información interindustrial de la Junta de Planificación.

Es importante apuntar que le CTPR utiliza actualmente los servicios de una compañía que realiza encuestas regulares de diversas facetas de la actividad turística. La información obtenida por estos medios no está en los bancos de datos. Debe considerarse de alta prioridad el incorporar esa información a los sistemas estadísticos de la CTPR y evaluar su posible utilidad para la CST.

Recomendaciones

A partir del análisis realizado y los hallazgos de dicho análisis, los consultores recomiendan a la CTPR que tome acción lo más pronto posible en los aspectos que se enumeran a continuación.

1. Incorporar la información de las encuestas que actualmente realiza una compañía privada a los bancos de datos de la Compañía.
2. Evaluar la utilidad de la información de dichas encuestas para alimentar la CST.
3. Revisar el diseño muestral, los cuestionarios y la metodología de todas las encuestas que actualmente se realizan para armonizarlas con los requisitos de la CST.
4. Darle prioridad, en la introducción de encuestas nuevas, a las siguientes dimensiones: turistas internos, transportación, restaurantes y afines y entretenimiento.
5. Examinar las encuestas del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos y de la Compañía de Comercio y Exportación con miras a hacer recomendaciones que sean útiles para la CST.
6. Examinar los censos de negocios del Departamento de Comercio federal para evaluar su utilidad para alimentar el lado de la oferta de la CST.
7. Establecer un plan de trabajo para armar las tablas principales de la CST.
8. Adoptar oficialmente, y calcular de manera regular (al principio, trimestralmente), el Índice de Competitividad Turística elaborado en este estudio.
9. Gestionar la inclusión de Puerto Rico en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial y establecer un enlace oficial con dicho organismo.
10. Ampliar la selección de países incluidos en el Índice de Competitividad Turística para fines de comparación con Puerto Rico.
11. Adoptar oficialmente, y calcular de manera regular (al principio, trimestralmente), el Índice de Actividad Turística.
12. Diseñar un formato de informe para divulgar periódicamente los índices de competitividad y de actividad turística.

I. INTRODUCCIÓN

Uno de los asuntos que más se ha debatido recientemente sobre la economía de Puerto Rico es el rol que juega el turismo. Se destacan varios asuntos que vale la pena mencionar: el tamaño de la economía del turismo, la competitividad del sector turístico y las perspectivas del sector como posible motor para el crecimiento de la economía puertorriqueña.

Se ha estimado que el sector turístico aporta aproximadamente el 6% del Producto Nacional Bruto (PNB), o 4% de Producto Interno Bruto (PIB). Se entiende que esa cifra puede estar subestimando la magnitud real de la actividad turística en la isla. La razón principal de la subestimación es la falta de una medida confiable del turismo interno; es decir, la actividad turística de los residentes de la isla.

En cuanto a la competitividad de la isla se argumenta que Puerto Rico es un destino caro cuando se compara con otros lugares del Caribe. Este argumento se debe examinar con detenimiento ya que si bien la tarifa promedio de la isla puede ser superior a la de varios de los demás destinos turísticos de la zona, aún así se mantiene una tasa de ocupación alta, aunque con estadías más breves.

El turismo ha sido destacado como un sector importante de la economía de la Isla y en ocasiones se le ha señalado como el sector más promisorio y hacia dónde se deben canalizar los esfuerzos para lograr las metas de crecimiento económico. El turismo puede tener un impacto favorable sobre la economía y la competitividad en otros renglones económicos al fomentar la inversión en infraestructura, transportación y protección de los recursos naturales. Además, la actividad turística genera muchos eslabonamientos con otros sectores. Ciertamente el lugar que debe ocupar el turismo en la planificación económica de la isla se debe fundamentar sobre un estimado confiable del tamaño de la economía del turismo y de la competitividad de la isla en esta actividad.

El debate en Puerto Rico sobre la importancia del turismo no es un asunto aislado de las discusiones a nivel internacional. Este tema se debate con mucho interés en todas las latitudes. La motivación detrás del interés en el turismo radica en que este sector ha pasado de ser una actividad internacional de \$2 mil millones a una de más de \$620

millones en los pasados 50 años. En el año 2006, el turismo empleó más de 230 millones de personas en el mundo, cerca del 8% del empleo total mundial, y se le atribuye cerca del 10% del PIB global en ese mismo año. El número de viajeros internacionales ha crecido a una tasa superior al 6% anual; de un total de 25 millones en 1950 a una cifra significativamente superior a los 800 millones en el 2006.

En el 2000, la Organización de Naciones Unidas (ONU) junto otras organizaciones internacionales (entre ellas la Organización Mundial del Turismo, OMT), adoptaron una metodología uniforme para la contabilidad del turismo en el documento *Cuenta Satélite del Turismo: Marco Metodológico Recomendado*. En el marco de la Cuenta Satélite se define el turismo como las actividades de viaje y estadía de las personas fuera de su entorno acostumbrado por no más de un año con fines de entretenimiento, negocios y cualquier otro fin que no implique que se estará recibiendo alguna remuneración del país visitado. El visitante se define como una persona que viaja y permanece por no más de un año para los fines ya mencionados en un lugar que no es su entorno habitual y que puede realizar actividades relacionadas con su trabajo. Se distinguen dos tipos de visitantes: turistas y excursionistas. La distinción entre ambas categorías de visitantes es el tiempo de la estadía. A diferencia de los excursionistas, los turistas permanecen más de 24 horas en el país visitado. Además de los visitantes del exterior—sean turistas o excursionistas—se identifica también el turismo interno, ya que los residentes de un país pueden y suelen hacer turismo en el propio país.

Una dificultad que se presenta en la construcción de la Cuenta Satélite es que las actividades que realizan los turistas no siempre son fáciles de distinguir de las actividades realizadas por los residentes. Además, en las cuentas nacionales no existe una industria o sector llamado “turismo”. Las industrias de transportación, alojamiento, comida y bebidas, entretenimiento y las ventas de souvenirs están definidas y registradas en las cuentas nacionales, y es en estas industrias en las que se concentra la actividad de consumo de los turistas. Por lo tanto, en términos económicos el turismo se considera una actividad en la que participan un conjunto de industrias diversas.

El asunto es desenterrar de entre las industrias reconocidas en las cuentas nacionales aquella parte que aporta la actividad del turismo a la economía. Esta tarea se

logra mediante la construcción de la Cuenta Satélite. La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) tiene como objetivo la implantación de dicha cuenta en conjunto con la Junta de Planificación. A esta última se le dio la tarea mediante legislación en el 2003.

El presente informe tiene varios propósitos. En primer lugar, se presenta a la CTPR un estimado del tamaño de la economía del turismo en la isla. En segundo lugar, se elabora un Índice de Competitividad del turismo en el marco del Caribe. En tercer lugar, se elabora un Índice de Actividad Turística. Por último, se inicia el proceso de definir las variables y fuentes de información para establecer la Cuenta Satélite.

TURISMO: Las actividades de viaje y estadía de las personas fuera de su entorno acostumbrado por no más de un año con fines de entretenimiento, negocios y cualquier otro fin que no implique que se estará recibiendo alguna remuneración del país visitado.

VISITANTE: Una persona que viaja y permanece por no más de un año para los fines ya mencionados en un lugar que no es su entorno habitual y que puede realizar actividades relacionadas con su trabajo.

TURISTA: Visitante del exterior que permanece por más de 24 horas en el país visitado.

EXCURSIONISTA: Visitante del exterior que permanece por 24 horas o menos en el país visitado.

TURISTA INTERNO: Residente de un país que realiza actividades de turismo en el propio país.

II. TAMAÑO DE LA ECONOMÍA DEL TURISMO

¿Cuánto aporta el turismo a la economía de Puerto Rico? O, dicho de otro modo, ¿Cuál es el tamaño de la economía del turismo en Puerto Rico? En principio, esta pregunta debería ser muy fácil de contestar. En la práctica, hay dudas sobre si los sistemas estadísticos con los que se cuenta actualmente en la Isla miden la totalidad de las actividades que conforman la economía del turismo. Concretamente, hay buenas bases para sospechar que el turismo contribuye más al Producto Bruto—quizás bastante más—del 6% que convencionalmente se menciona cuando se discute este tema.

El marco estadístico apropiado para medir la economía del turismo es la Cuenta Satélite del Turismo, la cual aún no existe en Puerto Rico. En este estudio se realiza un análisis de los sistemas estadísticos existentes en la CTPR y otras agencias gubernamentales que pueden servir de base para la elaboración de la Cuenta Satélite.

Como primer paso en esa dirección, en esta sección se presenta un acercamiento conceptual al tema de cómo determinar el tamaño de la economía del turismo. Utilizando dicho marco conceptual, se presenta también un ejercicio numérico para identificar las áreas de máximo rendimiento potencial en las cuales se deben concentrar los recursos estadísticos de la Compañía.

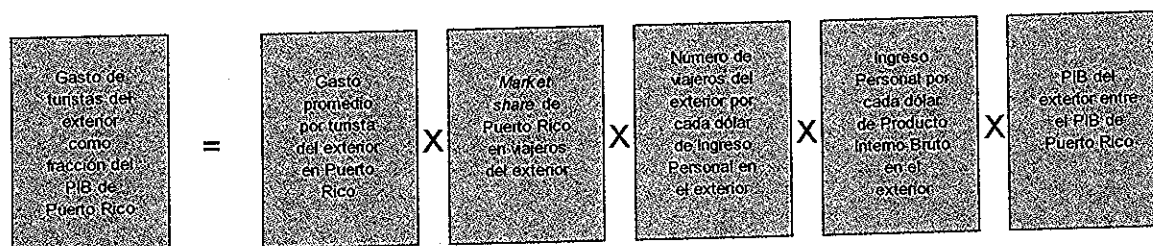
Como se verá más adelante, una de las ventajas del esquema conceptual que se elabora en esta sección es que pone de manifiesto que la economía del turismo depende de dos efectos principales: la competitividad de la economía turística local y las condiciones externas que determinan el volumen de turistas en el Mundo. Asimismo, el análisis conceptual—previo al estadístico—permite identificar las dimensiones posibles de la política pública del turismo y jerarquizarlas en cuanto a importancia y prioridad.

En el nivel más agregado, el tamaño de la economía del turismo se puede representar como la razón del gasto total en productos turísticos con respecto al Producto Interno Bruto, o sea, la razón G/PIB , donde G es el gasto total en turismo en el país. Ésta razón es la suma de otras dos razones: 1) el gasto de los **turistas del exterior** con respecto al PIB más 2) el gasto de los **turistas internos** con respecto al PIB. [O sea,

$G/PIB = G_E/PIB + G_T/PIB$]. En términos conceptuales, esta es la forma más general de representar a la economía del turismo.

II.1 El segmento externo

Comenzando con el segmento externo [G_E/PIB], se puede representar esta razón como el producto de varios componentes, según se ilustra a continuación:



El término en el lado izquierdo de la ecuación es el gasto total de los turistas del exterior en Puerto Rico como fracción del PIB de Puerto Rico (o sea, la razón G_E/PIB). Esta razón representa el segmento externo de la economía del turismo en la Isla.

El primer término en el lado derecho de la ecuación es el gasto de los turistas que llegan del exterior dividido por el número de turistas, lo que da el gasto promedio por turista (del exterior) en Puerto Rico.

El segundo término en el lado derecho de la ecuación es la fracción de los viajeros totales del exterior que vienen a Puerto Rico, es decir la captación o *market share* de Puerto Rico en el total de viajeros que salen a hacer turismo desde el exterior (el exterior puede ser Estados Unidos o el Mundo, según sea el análisis que se esté realizando).

El tercer término en el lado derecho de la ecuación representa la propensión del exterior a generar viajeros, la cual depende del Ingreso Personal en el exterior. [Por ejemplo, en un país como Estados Unidos se generaron 5,601 viajeros por cada mil millones (billón) de dólares de Ingreso Personal en el año 2006.]

El cuarto término en el lado derecho de la ecuación es la razón del Ingreso Personal al PIB en el exterior. Este término indica cuántos dólares de Ingreso Personal se producen por cada dólar del PIB. [Por ejemplo, en Estados Unidos hubo \$0.82 mil millones de Ingreso Personal por cada mil millones del PIB en el año 2006.]

Finalmente, el quinto término en el lado derecho de la ecuación es el PIB del exterior dividido por el PIB de Puerto Rico. Este término representa el tamaño relativo de la economía local comparada con la economía del exterior.

En resumen, la expresión ilustrada en el diagrama dice que el segmento externo de la economía del turismo es igual al producto de los cinco términos que aparecen en el lado derecho. Por lo tanto, cada uno de esos términos contribuye a explicar qué determina el tamaño del segmento externo de la economía del turismo.

Los dos primeros términos del lado derecho representan la competitividad de Puerto Rico en cuanto al turismo externo. En cuanto al primer término—lo que gasta en promedio un turista típico procedente del exterior—éste depende de cuán atractiva y diversificada sea la oferta de productos y servicios en la Isla. El segundo término—la cuota puertorriqueña del mercado total de viajeros del exterior—también depende de los atractivos que ofrece el País a dichos viajeros. Por lo tanto, el producto de los dos términos es una medida de la competitividad de la Isla en el mercado turístico mundial. Mientras más alto sea este producto, mayor es la competitividad.

Los dos términos siguientes (tercero y cuarto) representan el volumen total de viajeros del exterior, o la masa total de viajeros que genera la economía del exterior. Esta masa de viajeros depende de cuán grande sea el Ingreso Personal en el exterior, lo cual a su vez depende del PIB del exterior.

Con esta interpretación de los términos en el lado derecho de la ecuación, se puede entonces interpretar la expresión ilustrada en el diagrama de la manera siguiente:

Tamaño del
segmento externo
de la economía del
turismo en
Puerto Rico

=

(Competitividad externa) X (Volumen de viajeros del exterior)

PIB de la economía de Puerto Rico

A los dos términos en el numerador se les puede llamar, respectivamente, “el efecto competitividad” y “el efecto volumen”, mientras que al término en el denominador

se le puede llamar el “efecto tamaño económico”. Esta expresión dice, por lo tanto, que el tamaño del segmento externo de la economía del turismo tiene tres dimensiones: a) la competitividad en atraer viajeros y gastos del exterior, b) la capacidad de la economía externa de generar viajeros y c) el tamaño de la economía local. La aportación del turismo externo al PIB será mayor mientras más competitivas sean las industrias turísticas del País, mientras mayor sea el volumen mundial de viajeros y mientras más grande sea la economía externa en comparación con la local.

Ninguna de estas deducciones resultará sorprendente para alguien familiarizado con la economía del turismo, pero es alentador ver que el esquema conceptual presentado en esta sección coincide en cuanto a sus implicaciones con lo que ya saben por experiencia propia los especialistas en este campo.

II.2 Un ejemplo numérico

Para ilustrar la utilidad analítica del esquema conceptual presentado en esta sección se incluye a continuación un ejemplo numérico en el cual Estados Unidos pasa a ser la “economía externa” de dónde provienen los turistas del exterior que llegan a Puerto Rico. El ejemplo se podría extender para tratar al Mundo entero como la “economía externa”, pero es más fácil conseguir la información para Estados Unidos y lo que se persigue, por el momento, es solamente una ilustración. Además, en el caso de Puerto Rico es aproximadamente correcto tomar a Estados Unidos como el lugar de procedencia de los turistas externos, por la preponderancia del mercado estadounidense en el turismo de la Isla. La información pertinente para el año fiscal 2006 es la siguiente:

PIB de Estados Unidos	\$13,246.6 miles de millones
PIB de Puerto Rico	\$86.5 miles de millones
Ingreso Personal de EE.UU.	\$10,891.2 miles de millones
Número de viajeros al exterior de EE.UU.	61 millones
Número de turistas en P.R. procedentes de EE.UU.	4.5 millones
Gasto de turistas de EE.UU. en P.R.	\$3 miles de millones

Aplicando la ecuación descrita anteriormente con los datos indicados, se obtiene el siguiente resultado:

Gasto de turistas del exterior como fracción del PIB de Puerto Rico	=	Gasto promedio por turista del exterior en Puerto Rico	X	Market share de Puerto Rico en viajeros del exterior	X	Número de viajeros del exterior por cada dólar de Ingreso Personal en el exterior	X	Ingreso Personal por cada dólar de Producto Interno Bruto en el exterior	X	PIB del exterior entre el PIB de Puerto Rico
3.5%		\$666.67		0.0738		5.6×10^{-6}		0.8222		153.2

De acuerdo con esta ilustración numérica, el gasto de los turistas procedentes de Estados Unidos fue equivalente a 3.5% del PIB de Puerto Rico en el año fiscal 2006. A esto habría que sumarle el gasto de los turistas externos de otras partes del mundo, con lo cual el tamaño del segmento externo de la economía del turismo estaría cerca de 4.0%. [Este 3.5% con respecto al PIB equivale a 5.3 % con respecto al PNB.]

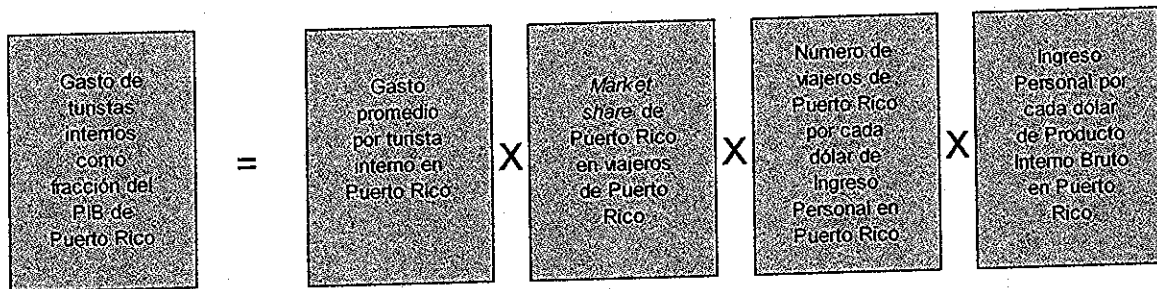
Un resultado interesante de este ejercicio es que por cada \$100 que aumenta el gasto promedio de los turistas externos, el tamaño del segmento externo de la economía del turismo aumenta por medio punto porcentual respecto al PIB. Así, por ejemplo, si el gasto promedio por turista fuera \$766, la razón G_E/PIB sería de 4.0% en vez de 3.5%; si el gasto promedio fuera \$866, la razón sería 4.5%, y así sucesivamente.

Es de interés también el hecho de que por cada punto porcentual que aumente la participación de mercado, la razón G_E/PIB aumenta por aproximadamente medio punto porcentual; es decir, cada punto porcentual de *market share* equivale, aproximadamente, a un aumento de \$100 en el gasto promedio por turista en términos de su efecto en la razón G_E/PIB .

Estos resultados, aunque son principalmente ilustrativos, subrayan la importancia de trabajar en incrementar los dos componentes de la competitividad: el gasto por turista y la participación del mercado. Más adelante se retoma el tema de la competitividad y se propone un índice para medirla basado en el esquema presentado en esta sección.

II.3 El segmento interno

El tamaño del segmento interno de la economía del turismo [G/PIB] se puede representar también como el producto de varios componentes, según se ilustra a continuación.



La interpretación de estos términos es igual que en el caso del segmento externo, pero teniendo en cuenta que en este caso se trata de los viajeros residentes de Puerto Rico que hacen turismo ya sea en el exterior o en el interior del país. Nótese que en este caso no se aplica el último término que aparece en la expresión para el segmento externo, que es el tamaño relativo de la economía local respecto a la economía mundial. Esa variable no es pertinente para el análisis del turismo interno.

Al igual que en la expresión correspondiente al segmento externo, los dos primeros términos en el lado derecho de esta expresión reflejan la competitividad de Puerto Rico; en este caso la competitividad en cuanto a atraer a sus propios viajeros para el turismo interno. Los dos términos restantes reflejan el volumen de viajeros generado por la economía de Puerto Rico.

Por lo tanto, se puede resumir la expresión de la forma siguiente:

$$\begin{matrix} \text{Tamaño del} \\ \text{segmento interno} \\ \text{de la economía del} \\ \text{turismo en} \\ \text{Puerto Rico} \end{matrix} = \text{(Competitividad interna) X (Volumen de viajeros de Puerto Rico)}$$

Nuevamente, se deduce que el tamaño de la economía del turismo—en este caso, del segmento interno—es el producto de un “efecto competitividad” y un “efecto volumen”.

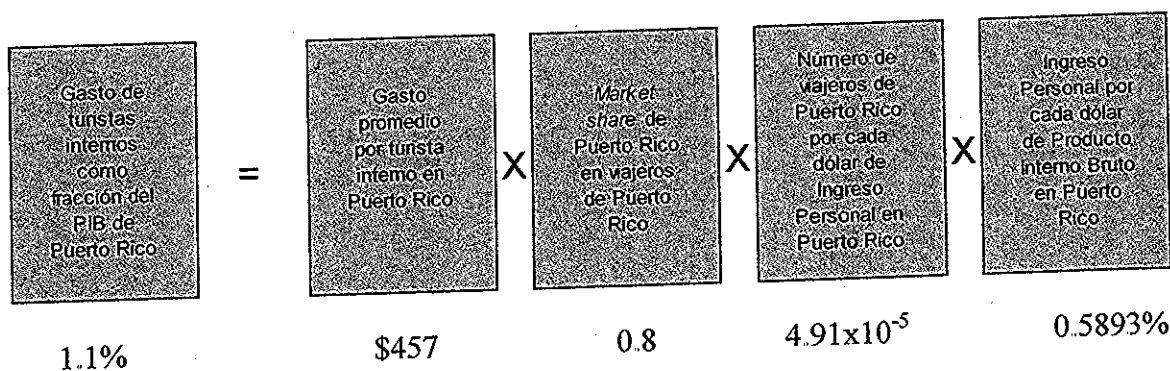
II.4 Segundo ejemplo numérico

En el caso del turismo interno en Puerto Rico no se tienen los valores recientes, y confiables, de las variables necesarias para aplicar el esquema conceptual representado por el diagrama de la página anterior. Sin embargo, se puede hacer un ejercicio ilustrativo utilizando cifras aproximadas. En todo caso, el ejemplo dramatiza la urgencia de estimar correctamente estas variables (especialmente el número y gasto de los viajeros internos), ya que son indispensables para medir el segmento interno de la economía del turismo. Estas variables juegan también un papel central en la Cuenta Satélite del Turismo.

Para este ejemplo numérico, se utilizaron los siguientes datos de Puerto Rico en el año 2006.

Producto Interno Bruto (PIB), en millones	\$86,464
Ingreso Personal (IP), en millones	\$50,949
Número de turistas internos (supuesto)	2,000,000
Número de viajeros de Puerto Rico (supuesto)	2,500,000
Gasto promedio por turista interno (supuesto)	\$457

Aplicando el esquema conceptual con estos datos, se obtiene que el segmento externo representa 1.1% del PIB de la Isla, como se ve a continuación.



En este ejemplo, la aportación del segmento interno a la economía del turismo es bastante menor que la del segmento externo. Debe recalcar, sin embargo, que este ejercicio utiliza supuestos para la mayoría de las variables, ya que no se cuenta con los datos precisos para realizar un cálculo basado en número reales. De todos modos, el ejercicio demuestra la importancia de realizar una medición lo más exacta posible de las siguientes variables:

1. Total de viajeros de Puerto Rico (en un año)
2. Total de viajeros de Puerto Rico que viajan en la Isla (en un año)
3. Total de viajeros de Puerto Rico que viajan al exterior (en un año)
4. Gasto promedio del viajero de Puerto Rico que viaja en la Isla (en un año)

Sin conocer estos valores, no es posible evaluar el tamaño de la economía del turismo interno. Esto, a su vez, es necesario para poder tomar decisiones informadas sobre cuestiones de la política pública hacia el turismo. Por ejemplo, para decidir cómo distribuir el presupuesto de promoción entre el segmento externo y el interno hay que tener una idea de cuánto aporta cada segmento a la economía turística y de cómo aumenta la aportación del segmento por cada dólar gastado en promocionarlo.

ESQUEMA CONCEPTUAL PARA EL ANÁLISIS DEL TAMAÑO DE LA ECONOMÍA DEL TURISMO

El tamaño de la economía del turismo se puede representar de la siguiente forma:

$$\frac{G}{\text{PIB}}$$

donde G es el gasto total de los turistas y PIB es el Producto Interno Bruto del país receptor.

Este término se puede representar también como la suma de sus dos componentes básicos, que son el tamaño del segmento externo de la economía turística y el tamaño del segmento interno:

$$\frac{G}{\text{PIB}} = \frac{G_E}{\text{PIB}} + \frac{G_I}{\text{PIB}}$$

donde G_E es el gasto de los turistas procedentes del exterior, G_I es el gasto de los turistas internos y PIB ya fue definido.

Cada uno de estos dos segmentos de la economía turística se puede descomponer en varios componentes. Comenzando con el **SEGMENTO EXTERNO**, éste puede expresarse de la manera siguiente:

$$\frac{G_E}{\text{PIB}} = \frac{G_E}{T_E} \times \frac{T_E}{V_E} \times \frac{V_E}{IP_E} \times \frac{IP_E}{\text{PIB}_E} \times \frac{\text{PIB}_E}{\text{PIB}}$$

donde T_E son los turistas procedentes del exterior que vienen al país receptor, V_E es el total de viajeros que salen del exterior hacia todos los destinos, IP_E es el Ingreso Personal en el exterior, PIB_E es el Producto Interno Bruto del exterior, y las variables G_E y PIB ya fueron definidas.

En cuanto al **SEGMENTO INTERNO**, éste puede representarse de la siguiente forma:

$$\frac{G_I}{\text{PIB}} = \frac{G_I}{T_I} \times \frac{T_I}{V_I} \times \frac{V_I}{IP_I} \times \frac{IP_I}{\text{PIB}}$$

donde T_I son los turistas internos en el país, V_I es el total de viajeros del país, tanto los internos como los que viajan al exterior, IP_I es el Ingreso Personal del país, y las variables G_I y PIB ya fueron definidas.

Estas expresiones algebraicas son las que se exponen y explican en el texto de este capítulo en forma de diagramas.

Preparado por Advantage Business Consulting para la Compañía de Turismo de Puerto Rico

III. ÍNDICES DE COMPETITIVIDAD

La competitividad se puede definir, de manera general, como el conjunto de elementos que diferencian a algún participante del mercado y le dan cierta ventaja respecto a sus competidores. En la economía del turismo, ser competitivo significa tener un catálogo de ofrecimientos y una estructura de costos y tarifas que permita captar una fracción sustancial del gasto total de los viajeros—internos y del exterior—en condiciones de buena rentabilidad para los productores.

En este capítulo se presentan cuatro índices para medir la competitividad de Puerto Rico en el turismo y comparar dicha competitividad con la de otros destinos en la región del Gran Caribe. Las comparaciones internacionales se deben realizar utilizando variables que estén medidas y expresadas en la misma unidad. Para esta finalidad, lo ideal es construir un número índice. Dichos números resumen en una sola cifra una cantidad considerable de información y permiten comparar a varios destinos competidores con respecto al mismo conjunto de variables.

No existe una forma única y generalizada para construir los índices. Por esa razón, en este capítulo se presentan cuatro índices, el último de los cuales, como se verá, es una combinación de los primeros tres.

La competitividad se puede analizar y medir desde dos perspectivas principales: por el lado del **potencial** competitivo (*competitive capabilities*) y por el lado del **desempeño** competitivo (*competitive performance*). En el primer caso, lo que se está midiendo es en qué medida el país o destino tiene las condiciones o fundamentos para ser competitivo. En el segundo, lo que se mide es cuán exitoso es el país o destino en términos turísticos. Dicho de otro modo, en el primer caso se mide el potencial, mientras que en el segundo se miden los resultados.

Las dos perspectivas son válidas, y se complementan entre sí. En principio, puede ser que un país tenga las condiciones para ser competitivo—buenas atracciones, buenos precios, etc.—pero que en la práctica no tenga mucho éxito como destino. Podría decirse que ese país tiene un buen potencial competitivo, pero no un buen desempeño competitivo. También puede ocurrir lo contrario; que un destino exitoso no reúna todas o

la mayoría de las condiciones para ser competitivo. En ese caso, el país tendría un buen desempeño competitivo, pero un pobre potencial competitivo. Por supuesto, estos son ejemplos extremos, ya que en casos normales los destinos serían competitivos en ambos sentidos, o poco competitivos en ambos sentidos.

De los cuatro índices que se elaboran en este capítulo, uno es un índice de potencial competitivo (*competitive capabilities index*) y dos son índices de desempeño competitivo (*competitive performance indexes*). El cuarto, que es el que se recomienda que la CTPR adopte oficialmente, es una combinación de los tres anteriores. Este último índice tiene la ventaja de que evalúa la competitividad simultáneamente desde las dos perspectivas señaladas.

Los índices son los siguientes:

El Índice WEF—Este es un índice diseñado por el Foro Económico Mundial (*World Economic Forum, o WEF*, en inglés) que mide hasta qué punto un país o destino reúne las condiciones o fundamentos para ser competitivo en el turismo. Este índice se enfoca en el potencial competitivo, pero no mide el verdadero desempeño o éxito del destino.

El Índice REVPAR—Este índice se utiliza ampliamente en la literatura sobre competitividad y consiste del ingreso por habitación disponible (*revenue per available room, o REVPAR*). Este índice es una medida del desempeño o éxito de un destino y no mide explícitamente el potencial competitivo del destino. Por tal razón, en este capítulo se le llama también el Índice CP1 (o índice *competitive performance #1*).

El Índice de Captación del Gasto—Este índice se deriva del marco conceptual presentado en el Capítulo II y mide el gasto de los turistas del exterior en un país o destino como fracción del número total de viajeros del exterior que hacen turismo en la economía mundial. Al igual que el anterior, este es un índice de desempeño competitivo y por eso se le llama también el Índice CP2 (o índice *competitive performance #2*).

El Índice Compuesto—Este índice es el promedio geométrico de los otros tres índices. Por lo tanto, es una medida combinada de potencial competitivo y desempeño

competitivo. Este es el Índice que se recomienda a la CTPR para medir la competitividad de Puerto Rico en comparación con la de otros países.

Los cuatro índices se calcularon para Puerto Rico y otros cinco destinos con los cuales Puerto Rico compite, a saber:

- Aruba
- Barbados
- Jamaica
- Cancún
- República Dominicana

En la tabla que aparece en la página siguiente se presentan los cálculos de los cuatro índices para los seis países/destinos. Se pueden resaltar los siguientes resultados sobresalientes:

Puerto Rico sale con un alto grado de competitividad. En el Índice Compuesto tiene el valor más alto (96), y en los otros tres índices queda entre el primer y el segundo lugar. Nótese, además, que Puerto Rico resulta altamente competitivo tanto en términos de potencial como de desempeño.¹

Después de Puerto Rico, el país con el mayor grado de competitividad es la República Dominicana, el cual también resulta altamente competitivo en potencial y en desempeño.

Barbados constituye un ejemplo de un país o destino que tiene un alto nivel de potencial competitivo (*strong competitive capabilities*), ya que sale primero en el Índice WEF entre los países de este grupo, pero tiene un pobre desempeño competitivo (*weak competitive performance*), porque tiene valores bajos de REVPAR y de Captación del Gasto. Esto se refleja en una nota mediocre (44) en el Índice Compuesto.

En el resto de este capítulo se explica detalladamente la forma de calcular e interpretar cada uno de los cuatro índices mencionados.

¹ Esta observación tiene que cualificarse, ya que, como se verá más adelante, el Índice WEF para Puerto Rico se estimó a partir de ciertos supuestos y no de datos firmes. Se espera superar esta limitación en el proceso de refinar los cálculos del índice, lo cual se hará con posterioridad al proyecto de este informe.

Indices de competitividad

Indice WEF	
País	Indice
Aruba	na
Barbados	100
Jamaica	91
Cancún	na
República Dominicana	90
Puerto Rico	93

Indice CPI (RevPAR)	
País	Indice
Aruba	24
Barbados	40
Jamaica	39
Cancún	78
República Dominicana	90
Puerto Rico	100

Indice CP2 (Captación del gasto)	
País	Indice
Aruba	26
Barbados	22
Jamaica	42
Cancún	47
República Dominicana	100
Puerto Rico	96

Indice compuesto (Recomendado)	
País	Indice
Aruba	25
Barbados	44
Jamaica	53
Cancún	66
República Dominicana	93
Puerto Rico	96

III.1 El índice WEF

El Foro Económico Mundial es una organización internacional que se ha dedicado al estudio de la competitividad por más de treinta años. Recientemente incorporaron un índice de competitividad turística que recopila estadísticas de 124 países; lo denominaron Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT). En la actualidad, Puerto Rico no figura entre los 124 países incluidos en el cálculo del índice, por lo cual en este capítulo se realizó un estimado del valor del índice para la isla.²

El ICVT se compone de tres subíndices que a su vez se componen de varias series que denominan pilares (13 pilares en total). Los pilares son recopilados utilizando encuestas o datos crudos de las siguientes series:

1. Subíndice de Política y Reglamentos
 - a. Pilar 1: Reglamentos y Regulaciones
 - b. Pilar 2: Reglamentos Ambientales
 - c. Pilar 3: Seguridad
 - d. Pilar 4: Higiene y Salud
 - e. Pilar 5: Prioridad del Sector de Viajes y Turismo
2. Subíndice del Clima de Negocios e Infraestructura
 - a. Pilar 6: Infraestructura de Transporte Aéreo
 - b. Pilar 7: Infraestructura de Transporte Terrestre
 - c. Pilar 8: Infraestructura Turística
 - d. Pilar 9: Infraestructura Tecnológica
 - e. Pilar 10: Competitividad de precios

² El Foro Económico Mundial tiene planeado incluir a Puerto Rico en este índice, posiblemente tan temprano como diciembre de 2007. La CTPR debe informarse de esta iniciativa y tomar una participación activa en el proceso.

3. Subíndice de Recursos Humanos y Naturales

- a. Pilar 11: Recursos Humanos
- b. Pilar 12: Percepción Nacional del Turismo
- c. Pilar 13: Recursos Naturales y Culturales

El banco de datos se obtiene de fuentes oficiales y encuestas realizadas a personas clave de la industria turística como lo son ejecutivos y empresarios del sector. (Véase el Apéndice C.)

Los pilares del 1 al 5 miden cuán propicio es el entorno regulatorio para el desarrollo turístico; los reglamentos ambientales y como éstos favorecen el desarrollo sustentable del turismo de la región; la seguridad en la región en términos de la criminalidad y terrorismo; los servicios de agua potable, alcantarillados y servicios de salud; y por último, cuán prioritario es el turismo para el gobierno.

Los pilares del 6 al 10 se relacionan con la infraestructura relevante para la actividad turística en el país como lo son la cantidad de aeropuertos, vuelos, transporte terrestre, alquileres de vehículos, servicio de acarreo, habitaciones disponibles, las facilidades de telecomunicaciones que tendrán accesibles los turistas y sus costos.

Los restantes pilares miden la competitividad de los recursos humanos, la actitud de la población residente respecto al turismo y la calidad de los recursos naturales y culturales.

Es evidente que cada uno de los pilares asigna un valor numérico a aspectos importantes de la actividad turística. Al estar clasificados con tal detalle, permiten evaluar la competitividad en renglones muy específicos. Esta particularidad permitiría identificar y explotar las fortalezas del país así como también corregir las debilidades.

A continuación se presentan los valores del Índice WEF para algunos países que pueden ser de interés para la CTPR. Además, se incluye un valor estimado para Puerto Rico basado en los siguientes supuestos:

- Que en los pilares 1, 2, 3, 4 y 11 (lo relacionado a regulación, seguridad, salud y educación) Puerto Rico tiene valores similares a los de Estados Unidos.
- Que en los demás pilares (que miden condiciones de infraestructura, precios, atractivos naturales y culturales, política pública hacia el turismo y percepción del turismo entre la población) Puerto Rico tiene un valor similar al promedio del Caribe.

Estos supuestos no son totalmente válidos y sólo permiten un cálculo rústico del valor del Índice WEF para Puerto Rico. Sin embargo, son supuestos plausibles en un sentido amplio. En un proyecto posterior a esta primera aproximación se le dará prioridad a calibrar los 13 pilares del índice con medidas lo más precisas posibles en el caso de Puerto Rico.

En el caso de los otros países incluidos en la tabla, los valores presentados son los verdaderos valores calculados por el Foro Económico Mundial. Nótese que el país con la mayor puntuación fue Suiza. De los países caribeños, el que mejor puntuación obtuvo fue Barbados que finalizó 29 en el listado. Puerto Rico queda en la posición 47, bastante por encima de la mediana, que sería el país en la posición número 62 (Polonia).

Índice Global de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF 2007	
<u>País</u>	<u>Posición</u>
Suiza	1
Estados Unidos	5
Canadá	7
Barbados	29
Costa Rica	41
Puerto Rico*	47
Jamaica	48
Méjico	49
República Dominicana	50
Trinidad Tobago	85

Fuente: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007*.

* No figura en el índice oficial, el valor del índice es estimado de Advantage, no producto del WEF

Si se normalizan los valores de los índices para los países con los que interesa comparar a Puerto Rico, se obtiene que Barbados sería el país con un índice igual a 100. El segundo en el listado sería Puerto Rico con 93, seguido de cerca por Jamaica con 91 y la Republica Dominicana con 90. La inspección visual de la gráfica de radar (que aparece en la página siguiente) en la que presentan los valores de los 13 pilares para este grupo de países revela que éstos tienden a obtener buenas puntuaciones en los mismos pilares (1, 4, 7 y 13). Estos son los pilares que tienen que ver con reglamentos, higiene y salud, transporte terrestre, y recursos naturales y culturales. Por otra parte, los pilares en los que se obtuvieron las puntuaciones más bajas son los que tienen que ver con seguridad y competitividad en precios. En ese último pilar es que Puerto Rico obtiene se puntuación más baja, dados los precios relativamente altos que prevalecen en la isla.

III.2 Índice REVPAR (Índice CP1)

El índice de competitividad denominado REVPAR se define como el producto de la tarifa promedio por habitación multiplicada por la tasa de ocupación del país o destino en cuestión. Este índice es de uso generalizado en la industria y se calcula para la mayoría de los países.

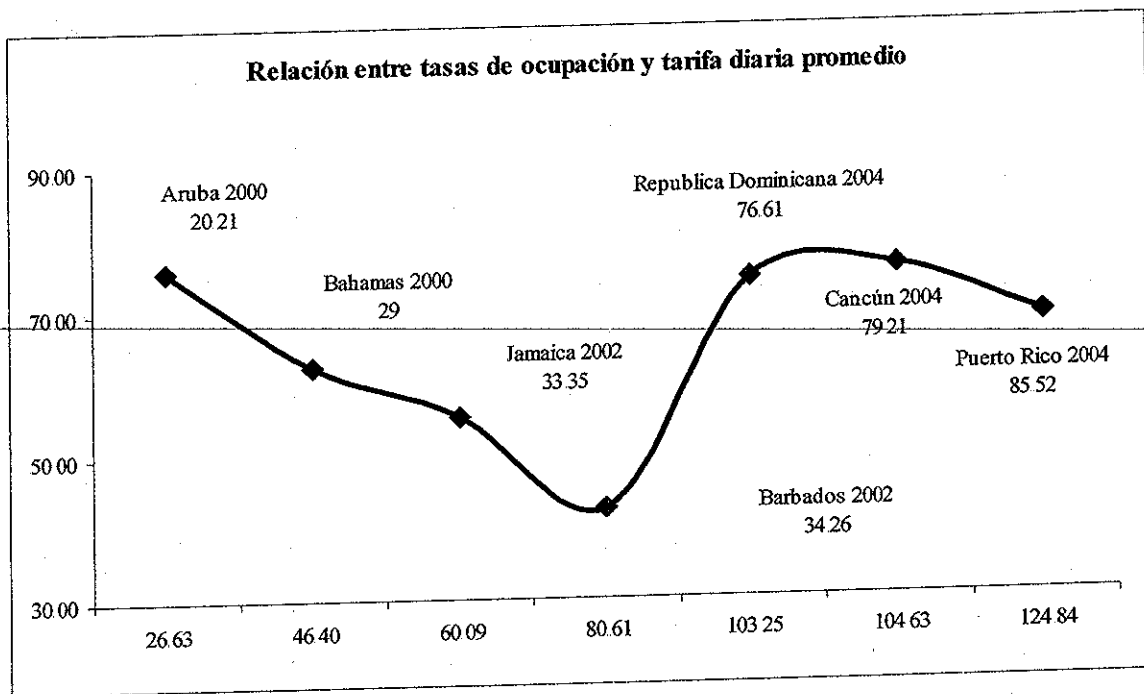
El REVPAR mide el ingreso por habitación disponible. Si este ingreso es alto, eso significa que el país o destino está recibiendo una cantidad elevada de dinero por cada habitación disponible que tiene. Eso implica, a su vez, que el país o destino está siendo exitoso en atraer un número grande de visitantes—por lo que mantiene una alta tasa de ocupación—y en inducirlos a pagar tarifas comparativamente altas por las habitaciones. Para que este sea el caso, el país o destino tiene que tener un producto atractivo y disfrutar de una fuerte demanda; es decir, el índice provee una medida resumida del éxito tanto por el lado de la oferta como por el lado de la demanda. De ahí que se le pueda considerar un indicador de desempeño competitivo.

El REVPAR tiene varias ventajas sobre otros índices. Se pueden destacar entre sus ventajas que es un índice fácil de calcular, los datos que lo componen se recopilan en todos los lugares, y, como se señaló, resume información tanto de la oferta como de la demanda. La desventaja principal de este índice es que refleja únicamente información de la industria hotelera haciendo abstracción de los demás componentes del sector turístico. Se puede argumentar que, a pesar de que no incluye datos de otros componentes del turismo, estos pueden estar reflejados en el REVPAR de manera indirecta, ya que las tarifas y la tasa de ocupación pueden estar determinadas por la calidad y cantidad de atracciones, servicios y facilidades turísticas e infraestructura.

La gráfica siguiente presenta las posiciones relativas de Puerto Rico y otros seis destinos del Caribe en el cómputo del Índice REVPAR. Puerto Rico se encuentra en la posición más ventajosa (es decir, más competitiva), con un ingreso por habitación disponible de \$85.52 (la tasa de ocupación de 68.5 multiplicada por la tarifa diaria promedio de \$124.84). Esto es más de seis dólares por encima de Cancún, que quedó en segundo lugar. Tanto Cancún como la República Dominicana tienen tasas de ocupación superiores a la de Puerto Rico, pero sus tarifas diarias promedio son más bajas. El

resultado neto es que reciben menos por habitación disponible que lo que se recibe en la isla.

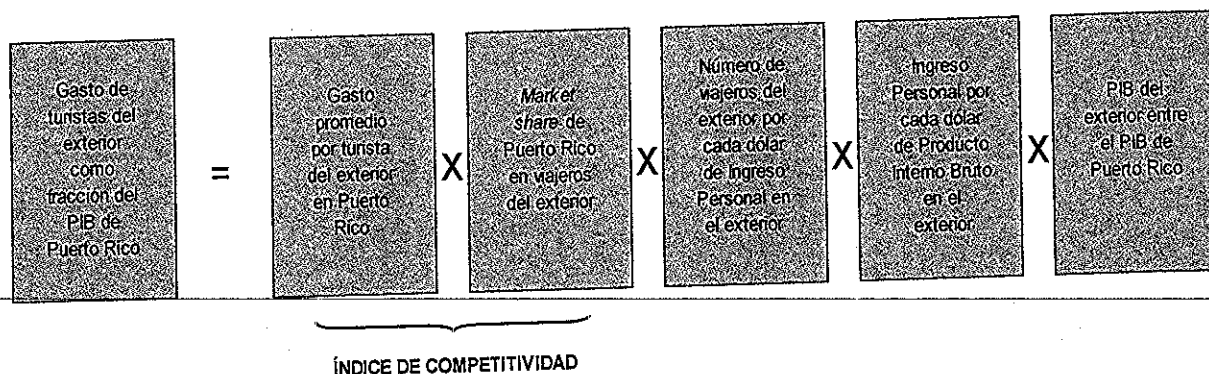
En esta gráfica, Puerto Rico, Cancún y la República Dominicana aparecen como estrellas, ya que pueden mantener altas tasas de ocupación con tarifas promedio que también son altas. Por el contrario, los cuatro países que aparecen en el lado izquierdo de la gráfica—Aruba, Bahamas, Jamaica y Barbados—presentan una relación inversa entre tarifas promedio y tasa de ocupación: mientras más alta la tarifa, más baja es la ocupación. Estos países se encuentran en una posición competitiva difícil, según este indicador.



III.3 Índice de Captación del Gasto (Índice CP2)

En este apartado se presenta el índice de competitividad que se deriva del esquema conceptual desarrollado en el Capítulo II. El índice consiste de la multiplicación de dos variables: el gasto promedio por turista del exterior que visita al país o destino multiplicado por la cuota de mercado del país o destino en el total de viajeros del exterior. El producto de estos dos términos es una medida de cuánto dinero recibe el país o destino por cada viajero que genera la economía externa.

Como se indicó en el Capítulo II, el tamaño del segmento externo de la economía del turismo se puede representar como el producto de cinco componentes, a saber:

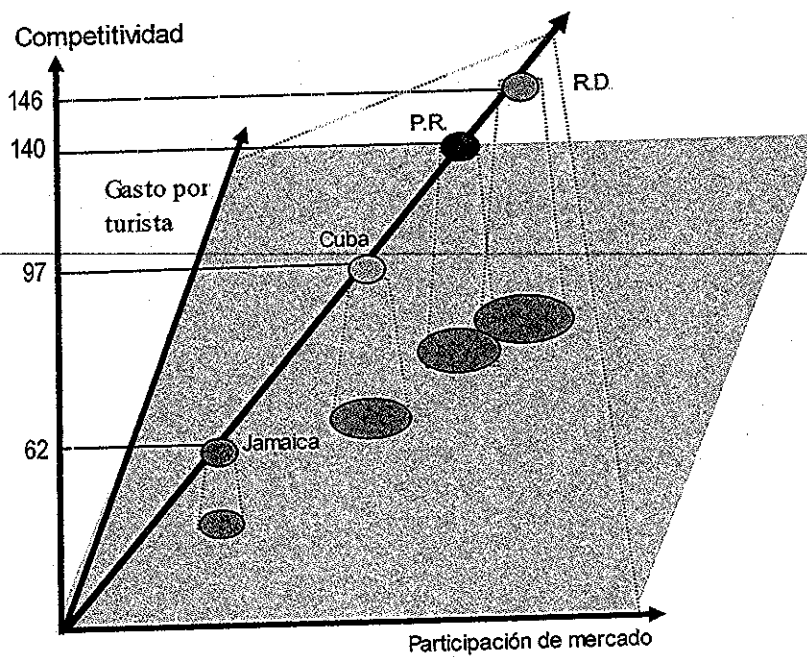


Como también ya se indicó, los primeros dos términos al lado derecho de esta expresión se pueden interpretar como una medida de competitividad: el producto del gasto promedio por turista y el por ciento de captación de viajeros del exterior, o *market share*. Las dos variables son función de los atractivos que ofrece el país al viajero y de la adecuación del balance precio-calidad. El producto de ambas, por lo tanto, es una medida resumida del éxito del país en atraer viajeros y en inducirlos a gastar en las amenidades disponibles. Ese éxito no es otra cosa que la competitividad.

Este índice tiene la ventaja de que es fácil de calcular y se puede medir para prácticamente todos los destinos turísticos con los cuáles compite Puerto Rico. Ello facilita la comparación de la posición competitiva de la isla en la región del Caribe y en la economía turística mundial. La gráfica que sigue ilustra una de las posibles maneras de presentar el índice. República Dominicana resulta ser el más competitivo con un

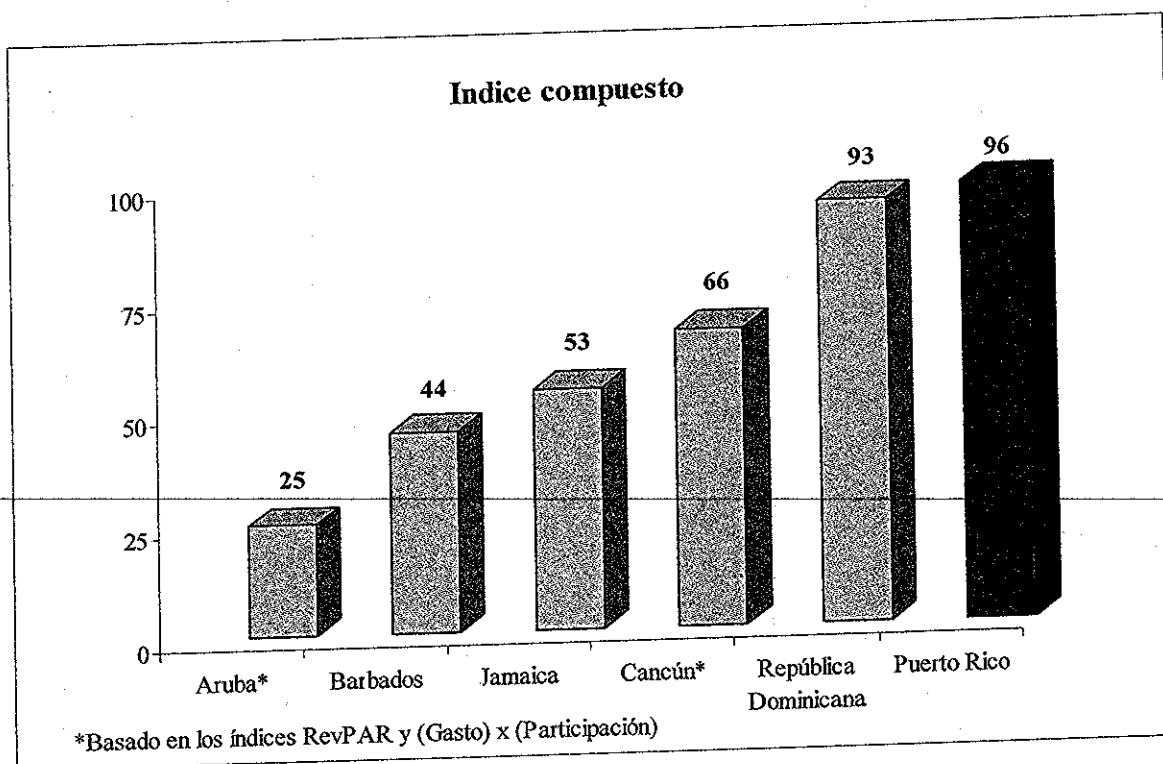
índice de 146, seguido de cerca por Puerto Rico con un índice de 140. Esto quiere decir que ambos países están virtualmente empatados según este criterio.

Índice de competitividad de de Captación del Gasto



III.4 Índice Compuesto (Recomendado)

Por último, tomando el promedio geométrico de los tres índices anteriores se obtienen los resultados que se pueden apreciar a continuación. Resulta Puerto Rico con la mayor puntuación, seguido muy de cerca por la República Dominicana. Barbados, que obtuvo una puntuación muy alta en el índice del WEF, cae al penúltimo lugar en el Índice Compuesto.



Como se puede apreciar del ejercicio anterior, puede ser una buena práctica mantener un índice que sea el promedio de varios índices para reducir posibles sesgos en algunos de los índices. De este modo se evita que haya países saltando de posiciones dependiendo del índice que se cite.

Se recomienda a la CTPR que adopte este índice compuesto como su medida de competitividad. Por supuesto, el así hacerlo supone que se van a calcular también los otros tres índices, que también pueden analizarse por separado. Estos índices se pueden calibrar mejor utilizando datos de otras fuentes diferentes a las utilizadas en este estudio, y también se puede ampliar la lista de países incluidos.

IV. ÍNDICE DE ACTIVIDAD TURÍSTICA

El Índice de Actividad Turística (IAT) es un índice coincidente que captura el comportamiento de la actividad turística de la Isla. Un índice de esta naturaleza sirve para mostrar los cambios en la actividad del turismo en el corto plazo.

Se recomienda que la CTPR calcule este índice cada trimestre y que se prepare un informe interno (que posteriormente se divulgue a través de los medios de comunicación pública) sobre el ritmo de crecimiento del turismo en la isla.

El índice consiste de cuatro variables, que son las siguientes:

- El número de empleados que forman parte de la actividad turística³.
- Personas registradas en hoteles.
- Visitantes de cruceros.
- Huéspedes días.

El cálculo preliminar del IAT que se realiza en este capítulo se hizo con frecuencia anual utilizando el 1998 como año base. En un proyecto posterior se procederá a calcular el índice con una frecuencia trimestral, comenzando con el primer trimestre del 1998. La tabla que sigue muestra los valores de las cuatro variables incluidas en IAT para el período 1998-2005.

Series del Índice de Actividad Turística				
Años	Empleo (miles)*	Personas Registradas**	Visitantes Crucero	Huespedes días
1998	58.1	3,165,702	1,243,442	4,260,415
1999	61.3	3,322,818	1,148,580	4,472,352
2000	65.9	3,496,352	1,301,169	4,615,708
2001	66.4	3,621,146	1,350,117	4,527,143
2002	64.1	3,869,096	1,203,911	4,896,951
2003	66.1	3,955,530	1,234,992	5,066,721
2004	70.5	4,123,652	1,390,343	5,369,231
2005	71.0	4,210,696	1,315,079	5,551,427

Fuente Cia. Turismo y Junta de Planificación

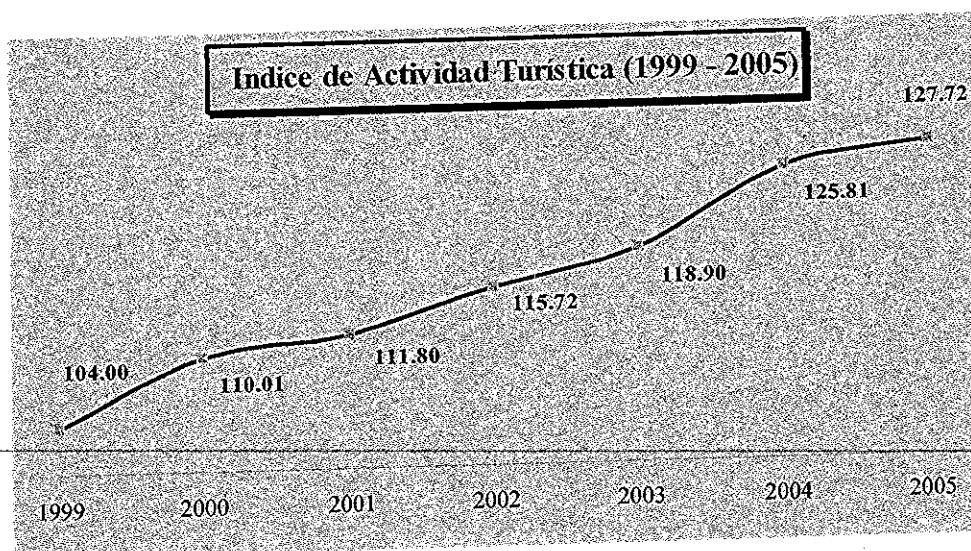
*Incluye Arte, entretenimiento, recreación y servicios de hospedaría y alimentos

** Incluyen personas registradas en hoteles comerciales, hoteles turísticos, paradores y hospederías

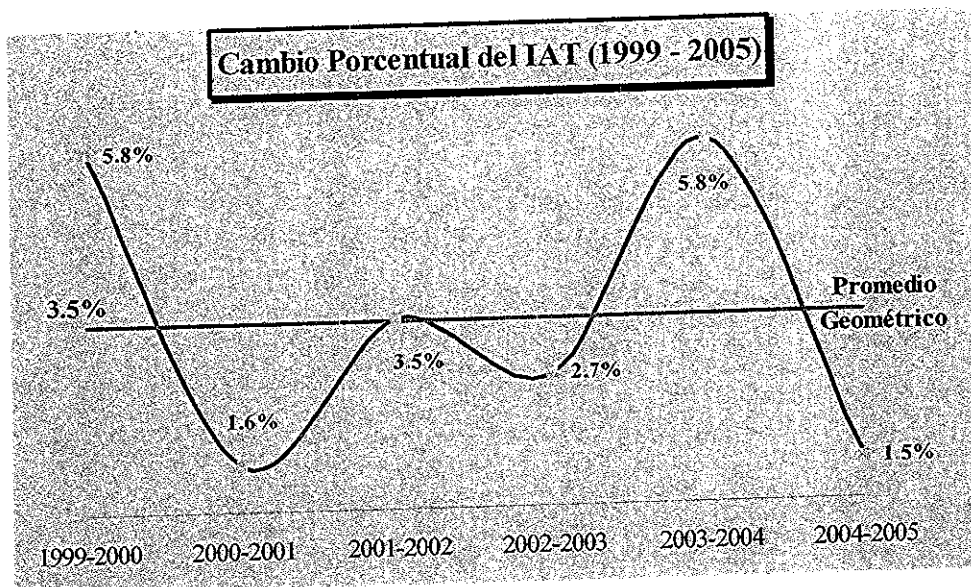
³ Se expresa en miles de personas e incluyen arte, entretenimiento, recreación y servicios de hospedaría.

Para calcular el IAT se siguió la metodología utilizada para calcular el Índice de Actividad Económica de la Junta de Planificación hasta el año 2001. A esa metodología se le realizaron algunos ajustes. La metodología de cómputo del índice se presenta en la sección final del capítulo.

Los valores del índice se ilustran en la gráfica siguiente. Nótese que el índice captura correctamente la tendencia de crecimiento que se ha observado en la actividad turística desde fines de la década pasada.



El IAT registra un crecimiento positivo en todos los años incluidos en la muestra, aunque la tasa de crecimiento ha fluctuado de año en año. En promedio, el índice tuvo un aumento anual de 3.5%, como se aprecia en la próxima gráfica. Es de interés resaltar que el período indicado fue uno de lento crecimiento en la economía de Puerto Rico, y el turismo fue una de las pocas actividades que mantuvieron un dinamismo considerable. Este resultado dramatiza lo que se señaló en la Introducción de este documento; que el turismo puede jugar un papel importante en el crecimiento económico futuro de la isla.



IV.1 Método de cómputo del IAT

Los pasos para calcular el IAT se describen a continuación:

Primero, se calculan los cambios simétricos para cada una de las series que forman el índice.

$$(1) \quad C_{i,t} = 200 * \frac{(B + A)}{(B - A)}$$

Los valores "A" representan el valor inicial y "B" el subsiguiente valor.

Posteriormente, estos cambios porcentuales son normalizados a partir de sus desviaciones estándar, para luego hallar el valor recíproco de dichas desviaciones.

$$(2) \quad W_i = \frac{1}{D_i}$$

...donde "D" representa la desviación estándar de cada una de las series.

Como tercer paso, estas medidas de no volatilidad se suman para luego hallar el valor del peso ponderado de cada serie.

$$(3) S = \sum W_i$$

$$(4) R_i = \left(\frac{1}{S_i} \right) \times W_i$$

“R” representa el peso ponderado de cada serie, mientras que “S” es la suma de las medidas de no volatilidad.

Posteriormente se calcula los cambios simétricos de cada serie por su respectivo peso ponderado.

$$(5) M_{i,t} = R_i \times C_{i,t}$$

“M” representa los cambios simétricos de cada serie.

Como quinto paso se realiza la suma de los cambios simétricos para obtener el nivel del valor del índice.

$$(6) I_t = \sum_M M_{i,t}$$

“I” representa el nivel del valor del índice.

Una vez ajustadas las series y obtenido el índice se calcula el nivel del IAT.

$$(7) IAT_t = IP_t \times \frac{200 + I_t}{200 - I_t}$$

Donde el valor de “IP” es el valor inicial o base del índice.

El valor inicial siempre asumirá el valor de 100, lo cual determina el año base del índice. La fórmula inicial en la ecuación anterior se puede describir como:

$$IAT_t = 100 \times \frac{200 + I_t}{200 - I_t}$$

V. LOS BANCOS DE DATOS DE LA CTPR

En este capítulo se presenta un análisis de los bancos de datos que posee actualmente la CTPR. Además, se presentan recomendaciones sobre como mejorar el sistema de estadísticas de la Compañía.

V.1 Hacia la creación de un sistema de información turística

La CTPR debe considerar la posibilidad de reestructurar la recopilación de datos relacionados con el turismo en la isla. Esto es vital para tener el acervo de información estadística que permita la planificación y delineamiento de una política de desarrollo del turismo en la isla que sea realista. Por tal razón se entiende que es prioritario establecer un sistema de información de las variables de interés para la gestión de la industria turística.

Se puede definir un Sistema de Información Turística (SIT) como un mecanismo de acopio permanente y sistemático de datos de la oferta y demanda del turismo en una región o país. La información a ser recopilada dependerá de las necesidades informativas de la entidad encargada de delinear la política turística. Por lo tanto, el Sistema de Información Turística será una entidad dinámica que evolucionará a la par con la economía del turismo y las necesidades gerenciales que se enfrentan.

La distinción más fundamental en el sistema estadístico es entre los componentes de la demanda y de la oferta de los servicios turísticos. Estas categorías a su vez se subdividirán en demanda (oferta) primaria y demanda (oferta) secundaria. Los componentes primarios son los que deben estar disponibles para poder realizar la actividad turística en dicho destino; sin esos componentes no habría turismo. De otro modo, sobre los componentes primarios es que se fundamenta la planificación del turismo, aunque no se excluye la posibilidad de que se utilicen los componentes secundarios.

La recopilación de estadísticas y mantenimiento de un banco de datos de esta naturaleza es una actividad costosa. Por lo tanto, para minimizar costos se debe tratar de definir la periodicidad adecuada para la recopilación de cada dato tratando de que sea la

mínima que permita su utilización y se debe intentar obtener la mayor información de muestras evitando censar la población. Una buena muestra puede ser mejor que un mal censo.

Siguiendo las sugerencias de una autoridad internacional en la economía del turismo, Norbert Vanhove, las variables que se presentan en la lista que sigue a continuación pueden utilizarse como modelo de un banco de datos que sirva de fuente para el sistema de información turística.⁴ La CTIPR actualmente recopila varias de las estadísticas sugeridas. Es importante que el sistema de información turística esté diseñado para eventualmente alimentar las estadísticas de la cuenta satélite del turismo de Puerto Rico.

⁴ Norbert Vanhove es profesor en el Colegio de Europa y la Universidad de Antwerp, en Leuven. También es Vicepresidente de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo y Secretario General del Centro de Investigación del Turismo. Las variables citadas se tomaron de su libro *The Economics of Tourism Destinations*.

LA ECONOMÍA DEL TURISMO EN PUERTO RICO: TAMAÑO Y COMPETITIVIDAD

Tipo	Renglones	Frecuencia	Método de recopilación
Otra información	Canal de distribución (independiente, comercio)	Cada tres años	Desk reference
	Uso de internet; búsquedas en la web	Cada tres años	Desk reference
	Indicadores ecológicos	Cada tres años	Desk reference
	Grupos focales e instrumentos de comunicación	Cada tres años	Desk reference
	Eficiencia en los instrumentos de comunicación del destino	Anual	Desk reference
	Nivel de precios en destinos alternativos	Anual	Desk reference
Turismo diario	Número	Anual o bienal	Muestra
	Tipo de gasto	Anual o bienal	Muestra
	Origen	Anual o bienal	Muestra
	Perfil	Anual o bienal	Muestra
Oferta	Datos primarios	Anual	Inventario permanente
	Número de unidades por tipo de acomódo	Anual	Inventario permanente
	Alojamiento comercial y no-comercial	Anual	Inventario permanente
	Localización	Anual	Inventario permanente
	Nivel de Precios	Anual	Inventario permanente
	Período operacional	Anual	Inventario permanente
	Capacidad por tipo de acomódo (camas, cuartos, sitios, etc)	Anual	Inventario permanente
	Características de acomódo (clasificación del hotel; lugar de acampar, apartamentos, otras)	Anual	Inventario permanente
	Empleo y tipo de empleo	Anual	Inventario permanente
	Atracciones culturales	Anual	Inventario permanente
	Oferta	Datos Secundarios	Tres años
Restaurantes y cafés		Tres años	Desk research
Facilidades recreativas		Tres años	Desk research
Capacidad de las facilidades de recreación		Tres años	Desk research
Facilidades deportivas		Tres años	Desk research
Facilidades comerciales (ventas al detal)		Tres años	Desk research
Salud		Tres años	Desk research
Facilidades para reuniones (capacidad)		Tres años	Desk research

Fuente: Norbert Vanhove (2005) The Economics of Tourism Destinations

V.2 Las estadísticas de la CTPR

La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) recopila datos relacionados con la oferta de habitaciones, estadías, ocupación y tarifas de diversos tipos de hospederías en la isla. Las estadísticas que recoge la CTPR se concentran en los establecimientos catalogados como endosados, que son aquellos que cumplen con unos requisitos mínimos en términos de la prestación del servicio de alojamiento y se pueden beneficiar de algunos programas e incentivos disponibles para la promoción del turismo. Otras agencias gubernamentales como la Junta de Planificación, Departamento del Trabajo y Recursos Humanos y, Autoridad de los Puertos, recopilan estadísticas relacionadas con el flujo de pasajeros, el empleo y el ingreso generado por la actividad turística.

Las estadísticas recopiladas por la CTPR distinguen hoteles turísticos, hoteles comerciales, paradores y hospederías. Estas categorías se dividen a su vez en dos regiones geográficas (Metropolitana e Isla). A los turistas se les divide por la procedencia (residentes y no residentes).

El mecanismo para la recopilación de los datos es mediante cuatro (4) encuestas que recogen información sobre varios tipos de alojamientos y en varias frecuencias: mensual y diaria. La encuesta de frecuencia diaria recoge información de todos los paradores y una muestra de hoteles endosados de los que se obtienen datos de ocupación y de tarifas. Las encuestas de frecuencia mensual censan a todas las hospederías endosadas y recogen información relacionada con la ocupación, tarifas, empleo, estadía y procedencia de los huéspedes.

Se debe destacar que el banco de datos que mantiene la CTPR se concentra mayormente en el componente de alojamiento de la actividad turística. Esta limitación en los recursos estadísticos de la CTPR le impone dificultades a la hora de planificar sectores sobre los que no existe o se tiene poca información. El componente interno del turismo se mide en la serie de registros de residentes únicamente. No se mide el componente interno en otras series vinculadas al alojamiento. Precisamente es el componente interno del turismo es el que presenta mayor dificultad para estimar. El desconocimiento de la magnitud del turismo interno oculta el tamaño real de la economía del turismo.

El Centro de Investigaciones Comerciales e Iniciativas Académicas de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Puerto Rico presentó un informe titulado *Evaluación del banco de datos estadísticos utilizados por la Compañía de Turismo de Puerto Rico (2006)*. En dicho estudio se realiza un pormenorizado análisis de los recursos estadísticos con los que cuenta la CTPR. Los investigadores enmarcan la actividad turística en seis áreas: Alojamiento, Alimentos, Transporte Internacional, Transporte Doméstico, Diversión y Compras. Las clasificaciones no las proponen arbitrariamente, en todo caso, enfatizan la necesidad de ampliar la gama de actividades monitoreadas por la CTPR para los fines de tener una radiografía completa del turismo en Puerto Rico.

En la tabla que sigue a continuación se presentan la lista de variables que existe actualmente en los bancos de datos de la CTPR. En la próximas dos secciones se presentan algunas características de esas variables obtenidas de una análisis estadístico de las mismas.

Banco de datos de la Compañía de Turismo de Puerto Rico

Descripción

Total de cuartos noche vendidos del tipo Pre & Post en hospedерías endosadas	
Total de cuartos noche vendidos a través de mayoristas de viajes que reciben incentivos económicos de la CTFR (excluye la campaña promocional)	
Total de cuartos noche vendidos a través de mayoristas de viajes que reciben incentivos económicos de la CTFR y correspondientes a la campaña promocional "vigente"	
Total de cuartos noche vendidos a través de mayoristas (Mayorista_G + Mayorista_C)	
Total de residentes registrados en hoteles comerciales endosados del área metropolitana	
Total de no residentes registrados en hoteles comerciales endosados del área metropolitana	
Total de residentes registrados en hoteles comerciales endosados del área isla	
Total de no residentes registrados en hoteles comerciales endosados del área isla	
Total de personas registradas en hoteles comerciales endosados	
Total de residentes registrados en los paradores	
Total de no residentes registrados en los paradores	
Total de personas registradas en los paradores	
Total de residentes registrados en hoteles turísticos endosados del área metropolitana	
Total de no residentes registrados en hoteles turísticos endosados del área metropolitana	
Total de residentes registrados en hoteles turísticos endosados del área isla	
Total de no residentes registrados en hoteles turísticos endosados del área isla	
Total de personas registradas en hoteles turísticos endosados	
Total de personas registradas en las hospedерías endosadas del área metropolitana	
Total de personas registradas en las hospedерías endosadas del área isla	
Total de residentes registrados en las hospedерías endosadas	
Total de no residentes registrados en las hospedерías endosadas	
Total de personas registradas en las hospedерías endosadas	
Tasa promedio de ocupación diaria en los hoteles comerciales endosados del área metropolitana	
Tasa promedio de ocupación diaria en los hoteles comerciales endosados del área isla	
Tasa promedio de ocupación diaria en los hoteles comerciales endosados	
Tasa promedio de ocupación diaria en los paradores	
Tasa promedio de ocupación diaria en hoteles turísticos endosados del área metropolitana	
Tasa promedio de ocupación diaria en hoteles turísticos endosados del área isla	
Tasa promedio de ocupación diaria en hoteles turísticos endosados	
Tasa promedio de ocupación diaria en las hospedерías endosadas del área metropolitana	
Tasa promedio de ocupación diaria en las hospedерías endosadas del área isla	
Tasa promedio de ocupación diaria en las hospedерías endosadas	
Total de cuartos noche rentados en hoteles comerciales endosados del área metropolitana	
Total de cuartos noche rentados en hoteles comerciales endosados del área isla	
Total de cuartos noche rentados en paradores	

Banco de datos de la Compañía de Turismo de Puerto Rico

Descripción

Total de cuartos noche rentados en hoteles turísticos endosadas del área metropolitana	
Total de cuartos noche rentados en hoteles turísticos endosados del área isla	
Total de cuartos noche rentados en las hospederías endosadas	
Total de cuartos noche disponibles en hoteles comerciales endosados del área metropolitana	
Total de cuartos noche disponibles en hoteles comerciales endosados del área isla	
Total de cuartos noche disponibles en paradores	
Total de cuartos noche disponibles en hoteles turísticos endosados del área metropolitana	
Total de cuartos noche disponibles en hoteles turísticos endosados del área isla	
Total de cuartos noche disponibles en las hospederías endosadas	
Total de huéspedes en los hoteles comerciales del área metropolitana	
Total de huéspedes en los hoteles comerciales del área isla	
Total de huéspedes en los paradores	
Total de huéspedes en los hoteles turísticos del área metropolitana	
Total de huéspedes en los hoteles turísticos del área isla	
Estadía promedio de las personas hospedadas en los hoteles comerciales del área metropolitana	
Estadía promedio de las personas hospedadas en los hoteles comerciales del área isla	
Estadía promedio de las personas hospedadas en los paradores	
Estadía promedio de las personas hospedadas en los hoteles turísticos del área metropolitana	
Estadía promedio de las personas hospedadas en los hoteles turísticos del área isla	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores, con 80 o menos habitaciones, localizados en el Área Metropolitana de San Juan y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores, con entre 81 y 200 habitaciones, localizados en el Área Metropolitana de San Juan y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores, con sobre 200 habitaciones, localizados en el Área Metropolitana de San Juan y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores localizados en el Área Metropolitana de San Juan y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores, con 80 o menos habitaciones, localizados en el Área Isla y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores, con entre 81 y 200 habitaciones, localizados en el Área Isla y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores, con sobre 200 habitaciones, localizados en el Área Isla y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores localizados en el Área Isla y endosados por CTPR	
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores endosados por CTPR	
Total de empleo en las hospederías endosadas	
Total de empleo asalariado no agrícola en hoteles y otros lugares de alojamiento	
Total de pasajeros que llegan en barco a los puertos de San Juan y Ponce	
Total de pasajeros que empiezan y terminan el cruceo en el puerto de San Juan	
Total de pasajeros que llegan en barco a los puertos de San Juan y Ponce y luego continúan a otro destino	
Total de pasajeros que llegan a los puertos de San Juan y Ponce	
Total de pasajeros por avión	
Total de vuelos	
Total de empleo directo, indirecto e inducido en la industria turística según estimado por la Junta de Planificación	
Ingreso neto en la industria turística según estimado por la Junta de Planificación	

Estadísticas descriptivas de las variables principales

Las series fundamentales recopiladas por la CTPR son: 1) Total de personas registradas en hospederías endosadas, 2) Tasa promedio de ocupación diaria, 3) Total de cuartos noche disponibles en la hospederías endosadas, 4) Total de cuartos noche rentados en las hospederías endosadas y 5) Tarifa diaria promedio en los hoteles paradores endosados. El resto del banco de datos consiste de desagregaciones de estas series. La frecuencia con la que se publican los datos es mensual.

En la tabla siguiente se presentan las estadísticas descriptivas de estas variables principales para el período 1998-2006. Estas estadísticas son el promedio (media), el valor mediano, los valores extremos (mínimo y máximo), la desviación estándar, el coeficiente de variación, y una medida de sesgo y otra de curtosis.

Los valores medios de las variables evaluadas indican que el promedio de registros mensuales fue de 157,033; la tasa de ocupación diaria promedio de 68%; y la tarifa diaria promedio ascendió a \$114. En otras palabras, las variables en el banco de datos muestran que los hoteles de la isla han mantenido una tasa de ocupación alta, a pesar de que cobran tarifas relativamente elevadas.

Es de interés también que las variables tienen poca volatilidad; es decir, que no tienen fluctuaciones fuertes. Al observar el coeficiente de variación, que es una medida de variabilidad en un conjunto de datos, llama la atención que las cinco variables principales tienen valores moderados de esta estadística, lo que sugiere que estas variables tienen un comportamiento bastante estable. La serie que tiene mayor variabilidad es la de *total de registros* con un coeficiente de variación de 0.17, lo cual es bastante moderado. La serie de menor variabilidad es el *total de cuartos-noche alquilados* con un coeficiente de 0.08, que representa muy poca variabilidad.

Otra estadística que vale la pena examinar es la correlación entre las variables principales. La correlación existe cuando dos o más variables tienden a moverse juntas. Estas relaciones se plasman en la matriz de correlaciones, que se presenta en la página siguiente. El valor del coeficiente de correlación fluctúa entre -1 y 1.

Estadísticas de las series fundamentales del banco de datos de la CTPR

	Total de personas registradas en hospederías endosadas	Tasa promedio de ocupación diaria en hospederías endosadas	Total de cuartos noche disponibles en las hospederías endosadas	Total de cuartos noche rentados en las hospederías endosadas	Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores endosados por CTPR
Media	157,033	68	334,558	226,196	114
Mediana	155,889	68	338,965	226,943	110
Valor máximo	236,626	83	389,986	302,126	162
Valor mínimo	95,734	41	239,850	136,429	88
Desviación estándar	27,381	8	27,796	31,182	17
Coefficiente de variación	0.17	0.12	0.08	0.14	0.15
Sesgo	0.22	-0.72	-0.48	-0.25	0.95
Kurtosis	0.24	0.48	0.38	0.56	0.48
Total de observaciones	102	102	102	102	102

Matriz de correlaciones

	Total de personas registradas en hospederías endosadas	Tasa promedio de ocupación diaria en hospederías endosadas	Total de cuartos noche disponibles en las hospederías endosadas	Total de cuartos noche rentados en las hospederías endosadas	Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores endosados por CTPR
Total de personas registradas en hospederías endosadas	1.00	0.60	0.68	0.94	0.37
Tasa promedio de ocupación diaria en hospederías endosadas	0.60	1.00	-0.10	0.78	0.31
Total de cuartos noche disponibles en las hospederías endosadas	0.68	-0.10	1.00	0.55	0.30
Total de cuartos noche rentados en las hospederías endosadas	0.94	0.78	0.55	1.00	0.45
Tarifa promedio diaria de los hoteles y paradores endosados por CTPR	0.37	0.31	0.30	0.45	1.00

Algunas de las variables muestran correlaciones fuertes entre ellas. Por ejemplo, el número de personas registradas tiene una alta correlación con el total de cuartos-noche rentados, con el total de cuartos-noche disponibles y con la tasa de ocupación. Tiene sentido que sea así, ya que mientras más personas se registren mayor será la ocupación y el número de noches de renta. Por otro lado, es de interés que la correlación entre la tasa de ocupación y la tarifa diaria promedio es positiva, aunque débil, lo que indica que las tarifas relativamente altas no impiden que se logren tasas altas de ocupación. De igual modo, la correlación entre la tasa de ocupación y el número de cuartos noches disponible es débil, aunque negativa (como es de esperarse), lo cual sugiere que el aumento en el número de habitaciones no provoca una baja sensible en la tasa de ocupación. Estos comportamientos reflejan que el sector hotelero tiene una competitividad relativamente robusta.

Las serie de registros se descompone en varias categorías dependiendo si el alojamiento es turístico, comercial, ubicado en la isla, área metro, o si el huésped es residente o no. La serie de registros está linealmente relacionada con los registros en hospederías turísticas. Los registros de los no residentes se relacionan con mayor fuerza con la serie de registros que los registros de residentes. Lo que esto significa es que el turismo externo incide con más fuerza en la actividad hotelera que el turismo interno, lo cual tiene sentido, ya que los turistas internos dependen menos que los externos del servicio de alojamiento.

Correlación de Registros con otras variables	
Variable	Coefficiente
Registros Turísticos	0.99
Registros Residentes	0.62
Registros No-residentes	0.82
Registros Isla	0.93
Registros Metro	0.92

La tasa diaria promedio de ocupación se relaciona más cercanamente con la tasa de ocupación de los hoteles turísticos que con otras hospederías. Esto puede deberse a la diferencia que hay en magnitud entre cuartos de hotel y cuartos en paradores.

Correlación de Ocupación con otras variables	
Variable	Coefficiente
Ocupación Turísticos	0.99
Ocupación Paradores	0.69
Ocupación Isla	0.93
Ocupación Metro	0.90

Los cuartos-noche rentados, al igual que las series anteriores se relacionan más directamente con las fluctuaciones de las hospederías turísticas. La relación es más débil con los cuartos en hoteles comerciales y paradores.

Correlación de Cuartos Noche Rentados con otras variables	
Variable	Coefficiente
Disponibles Turísticos (Isla)	0.95
Disponibles Turísticos (Metro)	0.93
Disponibles Comerciales (Isla)	0.51
Disponibles Comerciales (Metro)	0.65
Disponibles Paradores	0.52

Los cuartos-noche disponibles se relacionan mayormente con las hospederías turísticas. Las relaciones son más débiles entre paradores, hospederías comerciales y la variable cuartos-noche disponibles.

Correlación de Cuartos Noche Disponibles con otras variables	
Variable	Coefficiente
Rentados Turísticos (Isla)	0.96
Rentados Turísticos (Metro)	0.92
Rentados Paradores	0.47
Rentados Comerciales (Isla)	0.23
Rentados Comerciales (Metro)	0.57

De nuevo, este patrón de correlaciones parece indicar que los hoteles turísticos son los que dominan el movimiento de las variables relacionadas con el servicio de alojamiento. Tiene sentido que sea así, ya que estos hoteles representan la mayor parte de la oferta de habitaciones y tienen más poder de atracción que otras instalaciones para los turistas del exterior.

Otras características estadísticas de las variables en el banco de la CTPR

Un análisis estadístico básico de las propiedades de las variables en el banco de datos reveló además tres hallazgos importantes, a saber: 1) las variables principales tienen una tendencia creciente a lo largo del tiempo, 2) las variables principales tienen una marcada estacionalidad y 3) la variabilidad de las variables principales ha ido aumentando con el paso del tiempo.

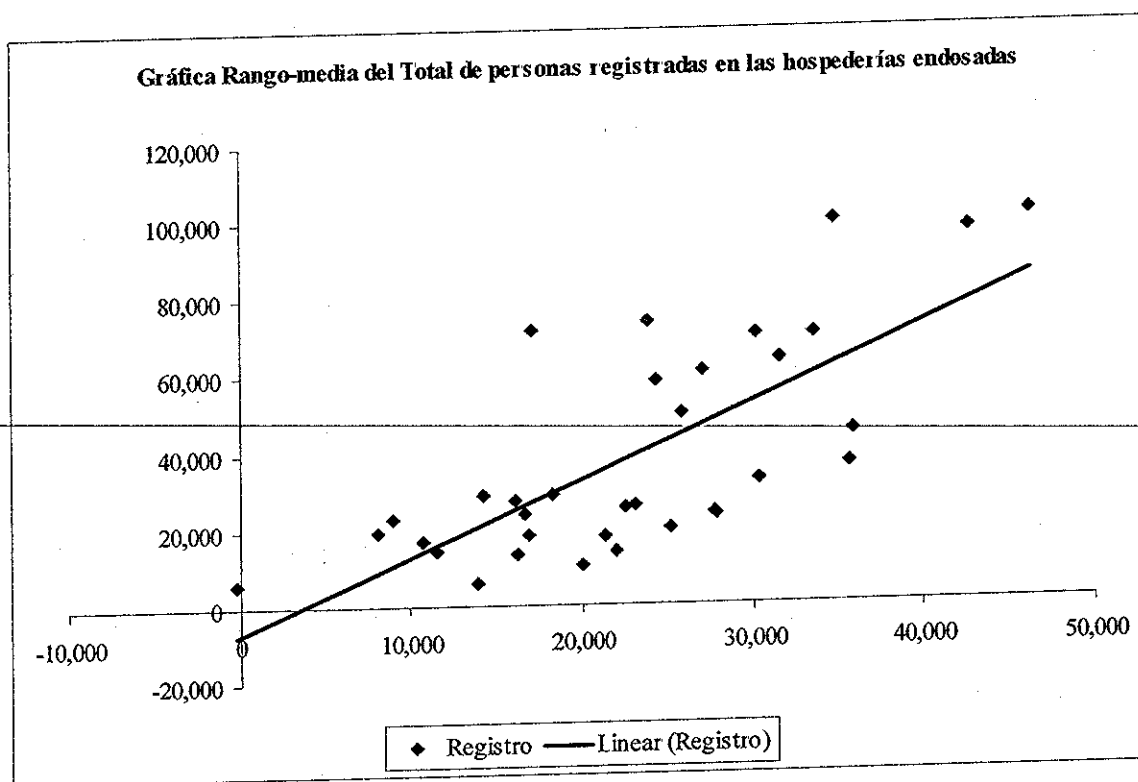
El primero de estos hallazgos lo que significa es que la actividad turística en Puerto Rico ha ido creciendo con el paso del tiempo, lo cual no tiene nada de sorprendente. El segundo hallazgo tampoco es una sorpresa, ya que se sabe que la actividad turística tiene una temporada alta y un tiempo muerto, lo que ocasiona una marcada fluctuación estacional durante cada año. El tercer resultado sí resulta un poco sorprendente, pues parece indicar que las fluctuaciones en la actividad turística se han ido haciendo más fuertes con el paso del tiempo, o, dicho de otro modo, la economía del turismo se ha hecho menos estable que lo que era en el pasado.

Uno de los rasgos sobresalientes de las distintas series es que no son estacionarias, es decir, que tienen tendencia. La tendencia es positiva; o sea, el valor de las variables va aumentando a medida que pasa el tiempo.

Los investigadores de la UPR ajustaron varias de las series con unos modelos de análisis de series de tiempo de tipo ARIMA. Un resultado que se debe resaltar de ese análisis ARIMA es que las series presentaron un componente estacional y que todas las series necesitaron de la inclusión de un rezago de orden 12. Intuitivamente esto se puede interpretar como que las series tienen una forma que sistemáticamente se repite año tras año, reflejando un comportamiento estacional a medida que llega y pasa la temporada alta.

Además de lo anterior, se encontró que todas las series presentan fluctuaciones en la varianza a través del tiempo. Específicamente, la varianza de las variables aumenta a medida que el tiempo pasa. En lenguaje más sencillo, se observa que la variabilidad de los datos es mayor en el presente que lo que era en el pasado.

Se presenta a modo de ilustración una gráfica que muestra el análisis del comportamiento de la varianza del número total de registros en las hospederías endosadas. En esta gráfica se mide el promedio trimestral del número de registros en el eje horizontal, y en el eje vertical se mide el recorrido de los valores de la variable en cada trimestre. El hecho de que los puntos en el diagrama muestran una inclinación hacia arriba es un indicio de que la varianza de esta variable está aumentando con el paso del tiempo. En el un apéndice se presentan gráficas similares para las otras variables principales del banco de datos.



VI. LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO

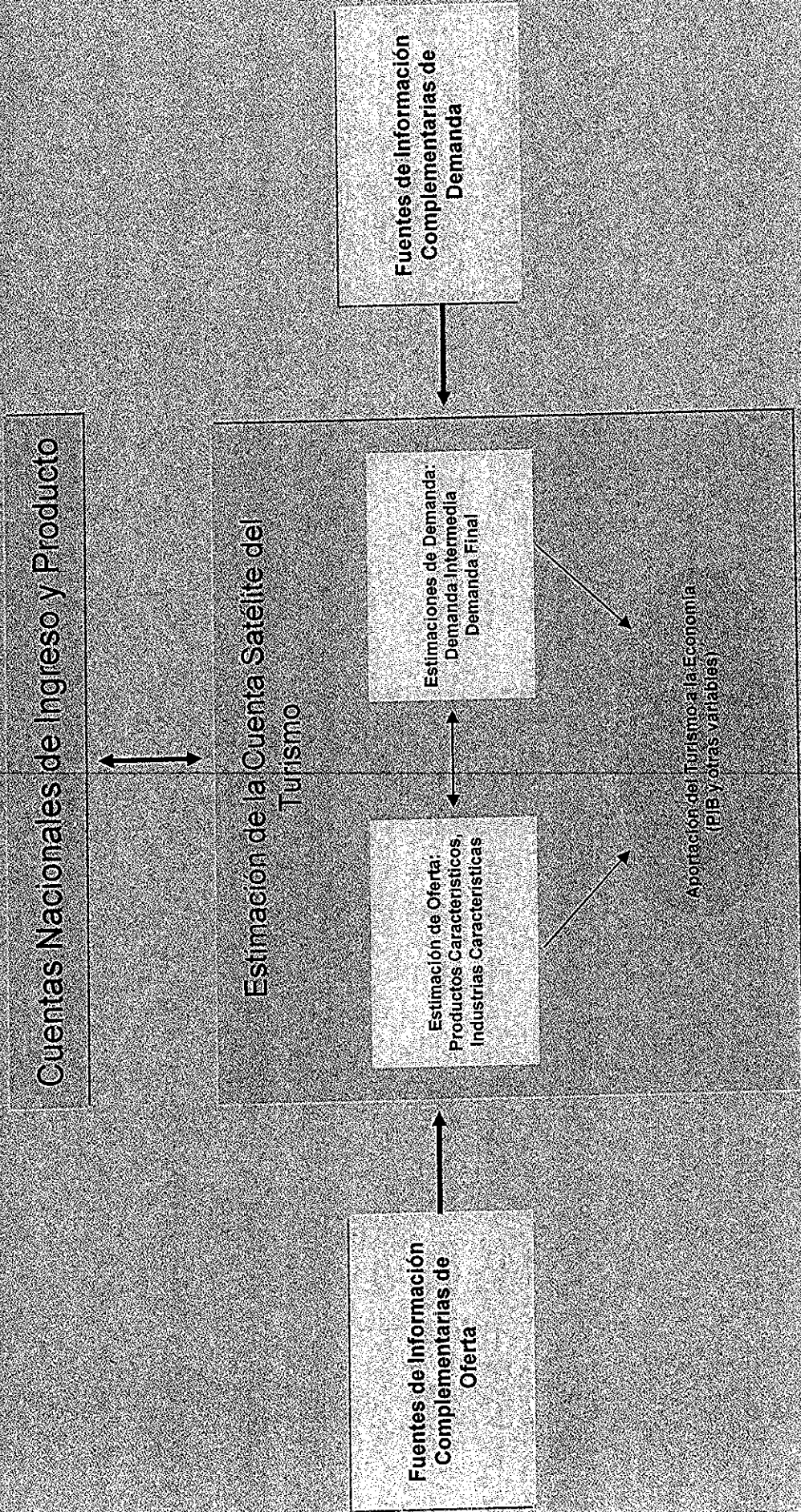
La cuenta satélite de turismo es un conjunto de definiciones y clasificaciones integradas en una serie de tablas organizadas de forma lógica que permite medir la actividad turística por el lado de la demanda y de la oferta. De este modo, la Cuenta Satélite mide todos los flujos de consumo de productos y servicios turísticos, por un lado, y los flujos de producción de dichos servicios, por el otro. De estas estadísticas se desprende también información sobre el empleo generado por el turismo y las inversiones realizadas por entidades privadas y públicas en estructuras, facilidades y amenidades dirigidas al turismo.

La Cuenta Satélite está diseñada para conectarse con las cuentas nacionales de ingreso y producto, de manera que se pueda integrar la actividad turística con otras actividades económicas. De ese modo, se logra el cuadro más completo posible del verdadero alcance de la economía del turismo en un país.

El diagrama que se incluye en la próxima página presenta el esquema conceptual de la Cuenta Satélite. Como puede observarse en la parte central del diagrama, la esencia de la Cuenta Satélite son los bloques de demanda y de oferta. En el lado de la oferta se recopila información sobre los productos característicos y las industrias características que intervienen en la actividad del turismo. En el lado de la demanda, se recopilan datos sobre la demanda final de productos y servicios turísticos así como de la demanda intermedia de servicios requeridos por industrias que sirven a los turistas. La integración de la demanda y la oferta permite medir la aportación de la economía del turismo al PIB y otras variables macroeconómicas.

Los objetivos principales de la preparación de la cuenta satélite de turismo son: describir la estructura de la actividad turística en un país o región, medir el tamaño de la economía del turismo, informar sobre la demanda y oferta de los servicios turísticos y medir la productividad del sector turístico y sus eslabonamientos con otras industrias y sectores.

Esquema Conceptual de la Cuenta Satélite de Turismo



VI.1 Lado de la demanda

La demanda por productos y servicios turísticos se mide como consumo del turismo y se define como el gasto incurrido por el visitante antes, durante y después de su estadía, pero relacionado con el viaje. Se destaca que la actividad de consumo rebasa la duración de la estadía, pues ésta puede comenzar antes y prolongarse más allá de la fecha de regreso del visitante.

Los componentes del consumo de visitante son: gasto en efectivo, gasto en especie, transferencias sociales de turismo en especie y gastos del turismo de negocios. El gasto tiene dos componentes: el que se efectúa en bienes que serán utilizados sólo con fines del viaje (*single purpose*) y aquellos que pueden ser utilizados en el entorno habitual del individuo (*multipurpose*). La Cuenta Satélite, por lo tanto, distingue entre estas dos categorías de bienes consumidos por los visitantes: *single purpose* y *multipurpose*. Los bienes *single purpose* siempre se contabilizan mientras que los *multipurpose* se cuentan solo si se adquieren en periodo vacacional.

Los gastos en especie son aquellos producto del trueque, tales como el alojamiento en segundas residencias, etc. Las transferencias sociales de turismo se refieren a los servicios provistos por el gobierno y agencias sin fines de lucro como pueden ser los servicios de salud o subsidios a atracciones turísticas (ejemplo, la entrada gratis a los museos del Smithsonian Institute en Washington). Los gastos de viajes de negocios se refieren al tipo de consumo intermedio como lo son los viajes y alojamiento de personal en viajes de negocios.

Para medir las variables del lado de la demanda se utilizan principalmente una serie de encuestas que proveen información sobre los viajeros y sus gastos. Algunas de estas encuestas ya se están realizando en Puerto Rico, por lo cual es posible comenzar a llenar algunas de las tablas de la Cuenta Satélite en el lado de la demanda.

VI.2 Lado de la oferta

La oferta se divide en tres categorías: 1) bienes y servicios inherentes al turismo 2) bienes y servicios relacionados al turismo y 3) bienes y servicios no relacionados con

el turismo. Los bienes inherentes al turismo son aquellos que no tendría sentido producir, al menos en ciertas cantidades, en ausencia del turismo. Ejemplo de estos bienes pueden ser las facilidades de alojamiento, renta de vehículos, agencias de viajes, y otros similares. Los bienes relacionados con el turismo son aquellos que los turistas consumen en cantidades significativas en comparación con los residentes y se puede tomar como ejemplo el servicio de taxi y el servicio de casas de cambio de moneda. Estas dos categorías (inherentes y relacionadas) componen lo que se denominan *actividades específicas del turismo*, y algunos países las agregan bajo un mismo rubro. Las actividades específicas del turismo son:

1. hotelería y servicio de alojamiento
2. adquisición de segundas unidades de vivienda
3. expendio de alimentos (restaurantes)
4. transportación en trenes
5. transportación terrestre
6. transportación marítima
7. transportación aérea
8. servicios de transporte
9. renta de equipo de transporte
10. agencias de viajes
11. servicios culturales
12. servicios recreativos y deportivos

La tercera categoría es la de los bienes no relacionados con el turismo, que son aquellos que son demandados fundamentalmente por los residentes pero pueden ser adquiridos por visitantes, como por ejemplo, los artículos de higiene, que usualmente el viajero trae consigo.

La información sobre el lado de la oferta se obtiene también en gran medida mediante encuestas, pero también se puede obtener de informes periódicos que los

productores de servicios turísticos tienen que someter, al igual que todo tipo de negocio, a las agencias de seguro de desempleo y a las autoridades fiscales. También se puede deducir información importante sobre el lado de la oferta de las encuestas de empleo y desempleo, de los censos de negocios y de la cuenta de transacciones interindustriales (también conocida como matriz de insumo-producto).

VI.3 Estructura básica de la Cuenta Satélite

La cuenta satélite se organiza en diez tablas donde se recopila información sobre los distintos renglones que integran al sector turístico.

Tabla 1: Consumo del turismo receptor por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante)

Tabla 2: Consumo turístico interno por productos y por grupos de visitantes residentes (gasto en efectivo del consumo final del visitante)

Tabla 3: Consumo turístico emisor por productos y categorías de los visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante)

Tabla 4: Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo

Tabla 5: Cuentas de producción de las industrias turísticas y de otras industrias

Tabla 6: Oferta interior y consumo turístico interior por productos

Tabla 7: Empleo en las industrias turísticas

Tabla 8: Formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y de otras industrias

Tabla 9: Consumo colectivo turístico por funciones y nivel de la administración pública

Tabla 10: Indicadores no monetarios

Las tablas según sugeridas por la Organización Mundial del Turismo se presentan en el Apéndice B.

Las tablas de la 1 a la 3 se concentran en el acopio de la información del gasto en efectivo del consumo final de los viajeros. Estos gastos son ajustados en la tabla 4 para obtener el consumo total de los visitantes que se denomina Consumo turístico interior.

La tabla 5 recopila información sobre la oferta de productos turísticos clasificados como: actividades características del turismo, actividades relacionadas y actividades no-relacionadas. La tabla 6 contrasta el consumo turístico con la oferta para obtener una medida del valor añadido y el tamaño de la economía del turismo. Esta tabla es el corazón de la cuenta satélite.

La tabla 7 recoge información sobre el empleo. La tabla 8 recoge información sobre el capital fijo vinculado al turismo. La tabla 9 recopila información sobre el gasto del gobierno en actividades vinculadas con el turismo. La tabla 10 recopila información no monetaria de la industria turística.

Un elemento importante en el contexto de la cuenta satélite es la formación de capital fijo en el sector del turismo. La formación del capital turístico se refiere a la construcción de facilidades de entretenimiento, alojamiento, transportación, utilidades, y otras como museos, teatros, acuarios y otras.

VI.4 Ejemplo del montaje de la Cuenta Satélite: el caso de España

En las próximas dos páginas se presenta una tabla tomada del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de España que provee un excelente ejemplo del tipo de datos y las fuentes de datos que se utilizan para la construcción de la Cuenta Satélite. Nótese que por el lado de la demanda se utilizan datos de seis encuestas sobre temas que van desde encuestas de gastos turísticos hasta la encuesta de presupuestos familiares pasando por la encuesta de construcción. Se utilizan también datos de aduanas para registrar el movimiento de turistas no residentes.

Por el lado de la oferta, la Cuenta Satélite española utiliza también encuestas, principalmente entre proveedores, y también información de indicadores de producción de las cuentas nacionales y del Índice de Precios Hoteleros.

Principales proyectos estadísticos vinculados a la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE)

Denominación	Objetivos y características	Referencia temporal y disponibilidad de los resultados	Organismo
a) Demanda			
Encuesta de gasto turístico (EGATUR)	Estimación del gasto de los no residentes, turistas y excursionistas. Estimación del gasto del gastos de los Españoles en sus salidas al extranjero.	Ene-02	INE-IET-Banco de España
Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos. (Antiguas encuestas de movimientos de viajeros)	Medición de la ocupación y flujos de viajeros en establecimientos hoteleros, acampamentos turísticos, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural	Series históricas desde los años 60 en establecimientos hoteleros. En los últimos años se ha ampliado el ámbito a otros alojamientos.	INE
Encuesta de presupuestos familiares del INE	Distribución del gasto de los hogares residentes por territorio geográfico de compra.	Trimestral desde 1998	INE
Módulo específico de la encuesta anual de empresas industriales sobre gastos de viaje.	Cuantía total y detalle por productos de los gastos de viaje de las empresas industriales. (Estimación de los gastos de los viajes de negocios)	Año de referencia 2000	INE
Módulo específico de la encuesta de la estructura de la construcción sobre gastos de viaje.	Cuantía total y detalle por productos de los gastos de viaje de las empresas de la construcción. (Estimación de los gastos de los viajes de negocios)	Año de referencia 2000	Ministerio de Fomento
Preguntas específicas de la Encuesta anual de servicios sobre gastos de viajes.	Gastos de viaje de las empresas.	Annual desde 2000	INE
Movimiento turísticos en fronteras (Frontur)	Cuantificación y caracterización de los visitantes extranjeros.	Mensual. Desde enero 1996.	IET
Movimientos turísticos de los residentes (Familiatur)	Cuantificación y caracterización de los viajes realizados por los residentes españoles. Desde el año 2000 incluye datos sobre gasto.	Mensual. Desde enero 1996.	IET
Encuesta de movilidad de las personas residentes en España	Cuantificación y caracterización de la movilidad de las personas residentes en España.	Annual referido al cuarto trimestre de 2000 y al total de 2001	Ministerio de Fomento

Principales proyectos estadísticos vinculados a la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE)

Denominación	Objetivos y características	Referencia temporal y disponibilidad de los resultados	Organismo
b) Oferta			
Estadísticas estructurales del sector de servicios: oferta turística	Incluye estimaciones de las variables económicas referentes a la actividades vinculadas al turismo. (Empresa hoteleras y similares, restauración, agencias de viaje, transporte de viajeros, alquiler de automóviles)	Anual desde 1998 Datos disponibles en t+18 meses	INE
Indicadores coyunturales del sector de servicios: oferta turística	Incluye estimaciones de la cifra de negocios y el personal empleado para las actividades referentes a la actividades vinculadas al turismo (Empresa hoteleras y similares, restauración, agencias de viaje, transporte de viajeros, alquiler de automóviles)	Trimestral a partir de 2003 Datos disponibles en t+90 días	INE
Módulos de servicios de agencias de viajes y tour-operadores	Información sobre ingresos por tipo de servicios ofertados (paquetes turísticos, productos ofertados individualmente, etc.) y sobre la composición de los gastos anejos a esa producción.	Año de referencia 1999	INE
Módulos específicos de servicios de alojamiento (Encuesta anual de servicios)	Información solicitada a las empresas hoteleras sobre producción por tipo de servicios (alojamiento, restauración, etc.) y gastos anejos a esa producción.	Año de referencia 2000	INE
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	Evolución de los precios facturados por los hoteleros	Mensual desde mayo de 2000	INE

Principales proyectos estadísticos vinculados a la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE)

Denominación	Objetivos y características	Referencia temporal y disponibilidad de los resultados	Organismo
b) Oferta			
Estadísticas estructurales del sector de servicios: oferta turística	Incluye estimaciones de las variables económicas referentes a la actividades vinculadas al turismo. (Empresa hoteleras y similares, restauración, agencias de viaje, transporte de viajeros, alquiler de automóviles)	Anual desde 1998. Datos disponibles en t+18 meses	INE
Indicadores coyunturales del sector de servicios: oferta turística	Incluye estimaciones de la cifra de negocios y el personal empleado para las actividades referentes a la actividades vinculadas al turismo. (Empresa hoteleras y similares, restauración, agencias de viaje, transporte de viajeros, alquiler de automóviles)	Trimestral a partir de 2003. Datos disponibles en t+90 días	INE
Módulos de servicios de agencias de viajes y tour-operadores	Información sobre ingresos por tipo de servicios ofertados (paquetes turísticos, productos ofertados individualmente, etc.) y sobre la composición de los gastos anejos a esa producción.	Año de referencia 1999	INE
Módulos específicos de servicios de alojamiento (Encuesta anual de servicios)	Información solicitada a las empresas hoteleras sobre producción por tipo de servicios (alojamiento, restauración, etc.) y gastos anejos a esa producción.	Año de referencia 2000	INE
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	Evolución de los precios facturados por los hoteleros	Mensual desde mayo de 2000	INE

VI.5 La Cuenta Satélite de Puerto Rico

Puerto Rico se encuentra en una etapa muy incipiente en términos de condiciones para el lanzamiento de una Cuenta Satélite del Turismo. En la actualidad existe alguna información, pero no toda la información necesaria para montar la Cuenta Satélite. Por otro lado, el sistema de cuentas nacionales de ingreso y producto de la Junta de Planificación no está preparado para incorporar una Cuenta Satélite del Turismo.

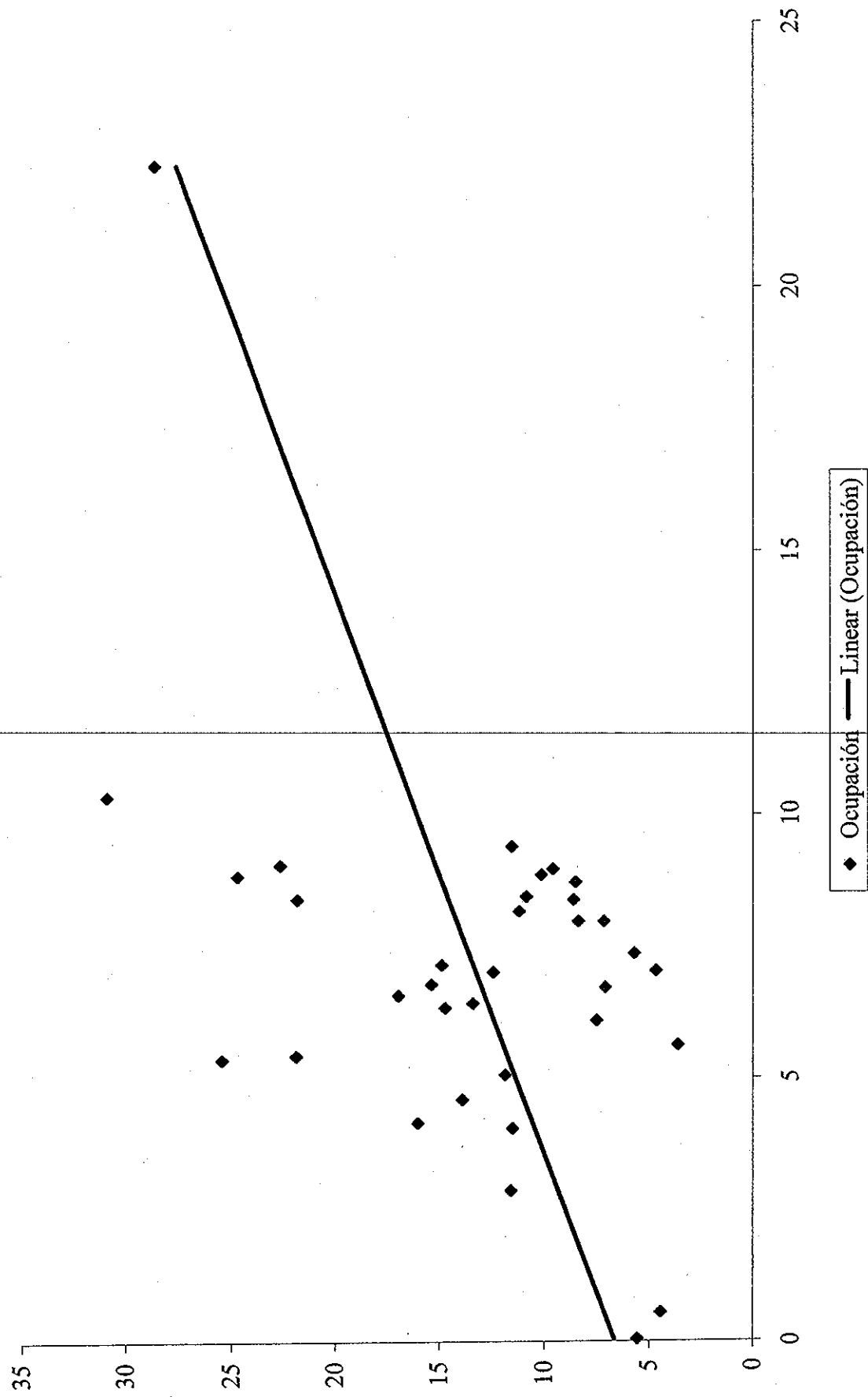
La buena noticia en lo que respecta a la construcción de la Cuenta Satélite de Puerto Rico es que la información que ya existe en los bancos de datos de la CTPR sirve de base para alimentar una parte importante de la dicha cuenta. La noticia no tan buena es que la mayoría de los campos estadísticos de la cuenta no están cubiertos por los sistemas de información que existen en la actualidad. Se requiere ampliar sustancialmente el alcance y la cobertura de las encuestas de la propia CTPR y de otras agencias gubernamentales (como, por ejemplo, la Junta de Planificación y la Compañía de Comercio y Exportación) para suplir estas carencias.

En particular, se necesita levantar información directa del lado de la demanda en lo que concierne al turismo interno y la distribución de las ventas al detalle entre residentes y turistas (tanto externos como locales). Por el lado de la oferta, se necesita levantar información de casi todos los productos y servicios (con la notable excepción de la industria hotelera, que ya está bastante bien cubierta), dándole énfasis inicialmente a la transportación, la restauración y la industria de entretenimiento. Además de las encuestas nuevas que habrá que instituir, se tiene que aprovechar para estos fines la información de los censos de negocios que realiza periódicamente el Departamento de Comercio de Estados Unidos, así como las encuestas del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos y los sistemas de información interindustrial de la Junta de Planificación.

Es importante apuntar que le CTPR utiliza actualmente los servicios de una compañía que realiza encuestas regulares de diversas facetas de la actividad turística. La información obtenida por estos medios no está en los bancos de datos. Debe considerarse de alta prioridad el incorporar esa información a los sistemas estadísticos de la CTPR y evaluar su posible utilidad para la Cuenta Satélite.

Apéndice A: Banco de Datos

Gráfica Recorrido-media de la tasa promedio de ocupación en las hospederías endosadas



Gráfica Recorrido-media del total de cuartos-noche ocupados en las hospederías endosadas

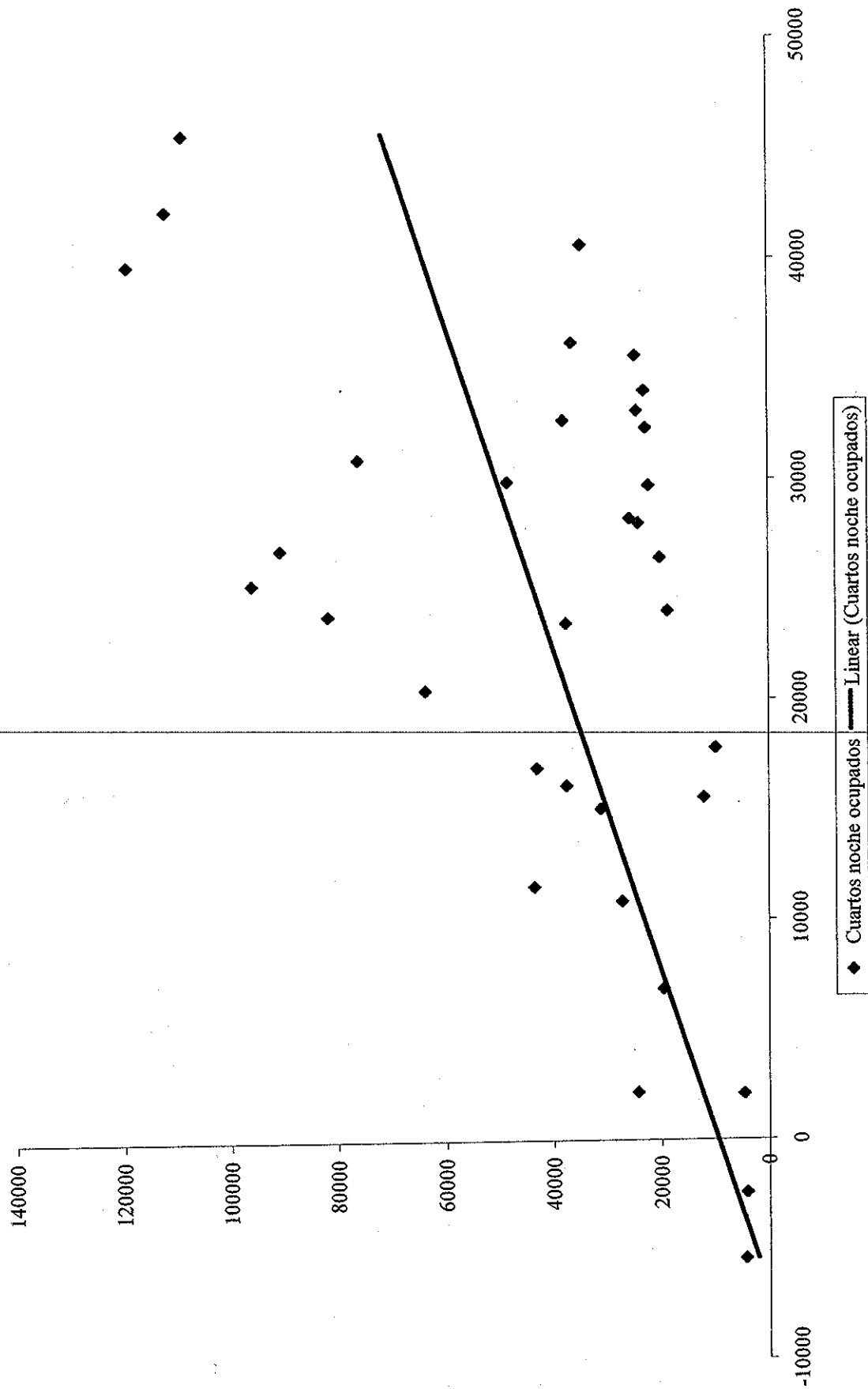
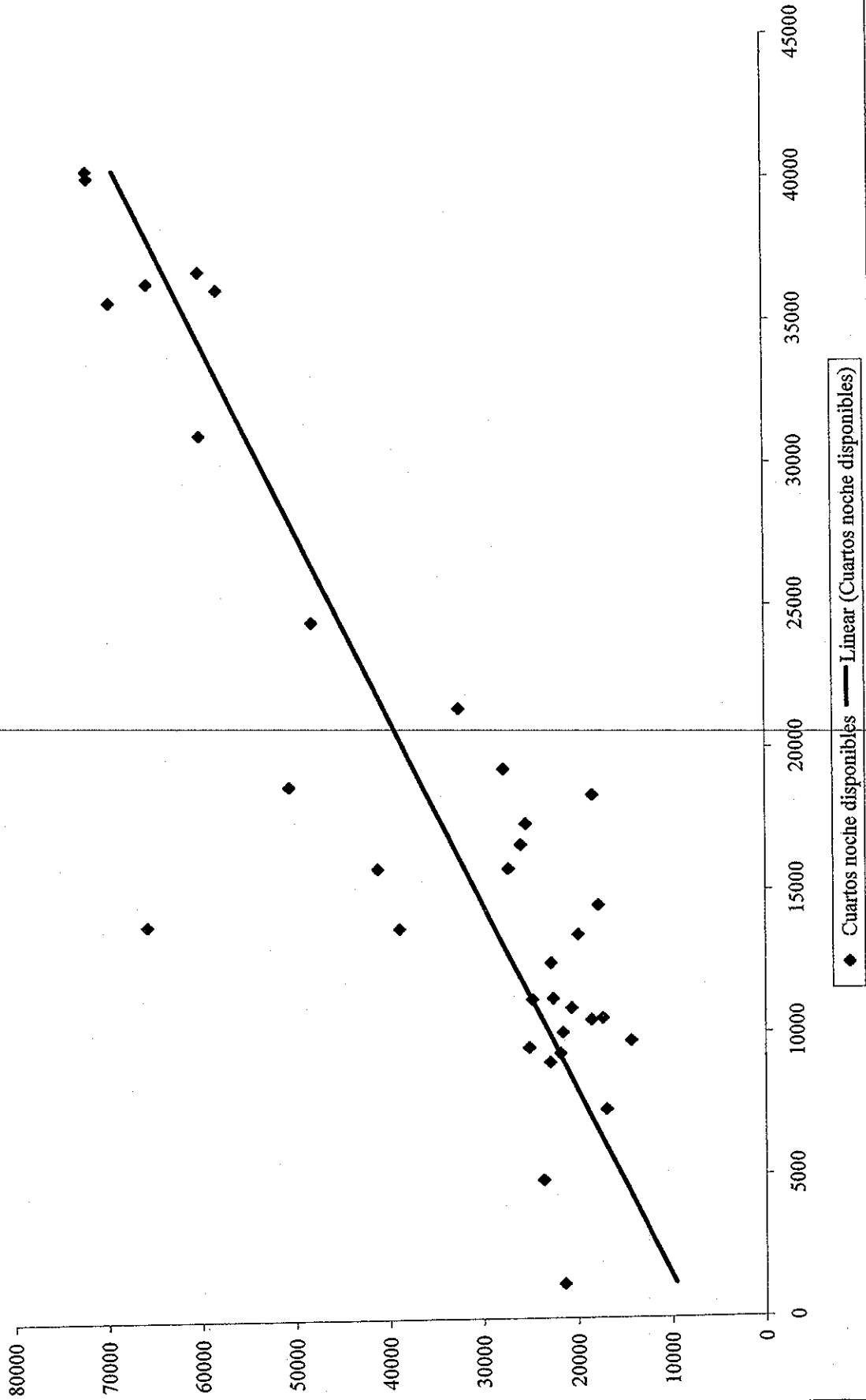
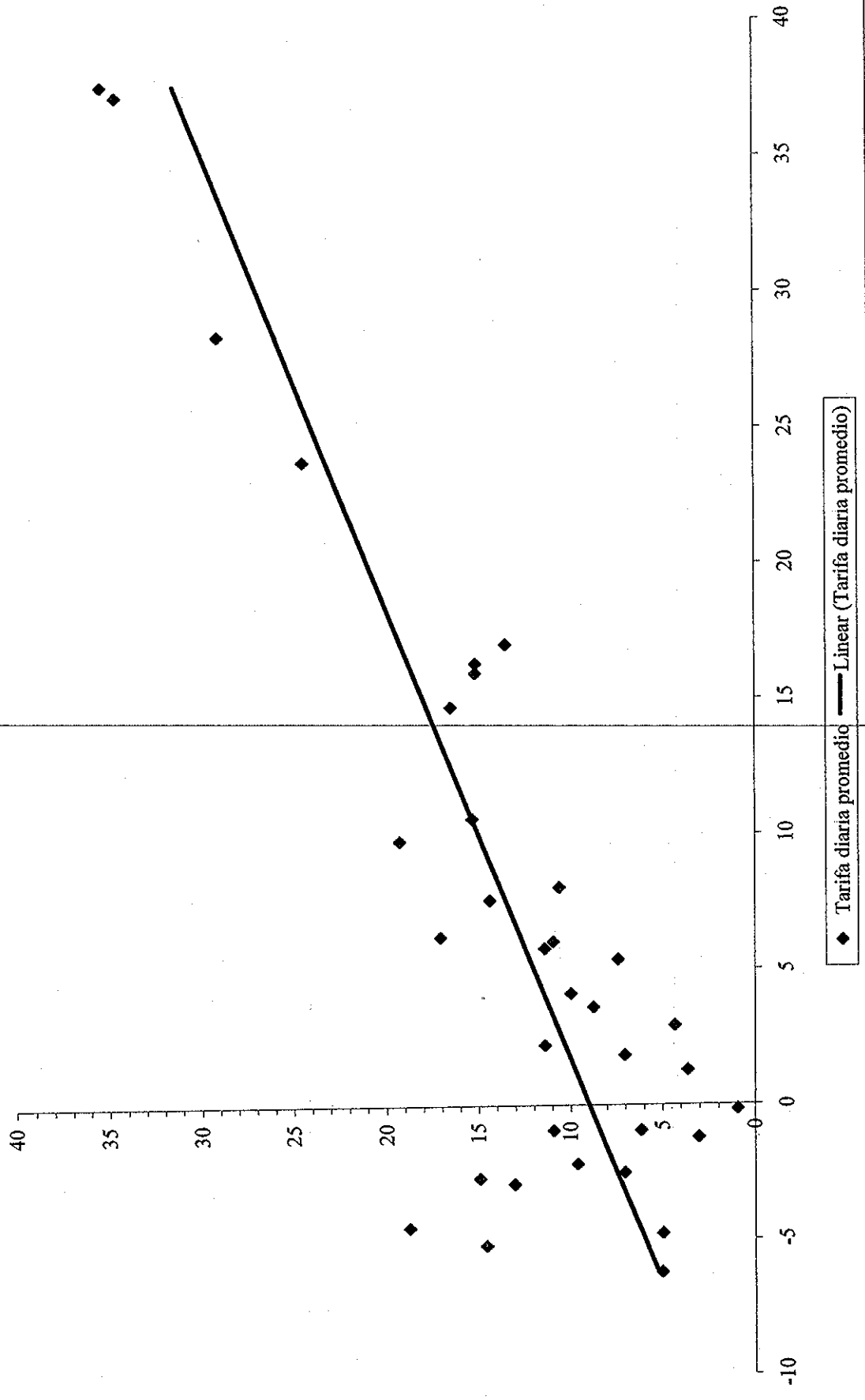


Gráfico Recorrido-media del total de cuartos-noches disponibles en las hospederías endosadas



Gráfica Recorrido-media de la tarifa diaria promedio en los hoteles y paradores endosados



Apéndice B: Cuenta Satélite de Turismo

TABLA 4
Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo
(valoración neta)

Productos	Gasto en efectivo del consumo final del visitante		Consumo en efectivo del turismo interior (4,1)+(4,2)=(4,3)	Otros componentes del consumo del visitante (4,4)**	Consumo turístico interior (en efectivo y en especie) (4,5)=(4,3)+(4,4)
	Consumo del turismo receptor (4,1)*	Consumo del turismo interno (4,2)**			
A. Productos específicos					
A.1 Productos característicos					
1 - Servicios de alojamiento					
1.1 - Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)					
1.2 - Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o de forma gratuita					
2 - Servicios de provisión de alimentación y bebida (3)					
3 - Servicios de transporte de pasajeros					
3.1 Interurbano por ferrocarril (3)					
3.2 Carretera (3)					
3.3 Marítimo (3)					
3.4 Aéreo (3)					
3.5 Servicios anexos					
3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte					
3.7 Alquiler de mantenimiento y reparación					
4 - Agencia de viajes, tour operador y guías turísticos					
4.1 Agencia de viajes (1)					
4.2 Tour operador (2)					
4.3 Información turística y guías turísticos					
5 - Servicios culturales artísticas					
5.1 Representaciones artísticas					
5.2 Museo y otros servicios culturales					
6 - Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento (3)					
6.1 Deportes y servicios recreativos					
6.2 Otros servicios para la diversión y el recreo					
7 - Servicios turísticos diversos					
7.1 Servicios financieros y de seguros					
7.2 Otros servicios de alquiler de bienes					
7.3 Otros servicios turísticos					
A.2 Productos conexos					
márgenes de distribución					
B. Productos no específicos					
márgenes de distribución					
servicios					
Valor de los bienes producidos interiormente neto de márgenes de distribución					
Valor de los bienes importados neto de márgenes de distribución					
TOTAL					
X					

No aplicable

(1) Corresponde a 1.3 de la tabla 1

(2) Corresponde a 2.9 de la tabla 2

(3) Estos componentes (a los que nos hemos referido como gasto en especie del consumo final del visitante, transferencias sociales en especie del turismo y gastos turísticos de negocios) se recogen de forma independiente ya que estos componentes no son fácilmente atribuibles por tipos de turismo

(*) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes

(**) Corresponde a los márgenes de los tour operadores

(3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores

Tabla 9
Consumo colectivo turístico por funciones y nivel de las administraciones públicas

Funciones	Nivel nacional (9,1)	Nivel regional (Estado, CCAA) (9,2)	Nivel local (9,3)	Total consumo colectivo turístico (9,4)=(9,1)+(9,2)+(9,3)	Memo (*) Consumo intermedio turístico por parte de las industrias turísticas
Promoción turística					
Coordinación y planificación general relativa a los asuntos del turismo					X
Elaboración de las estadísticas y de información básica del turismo					X
Administración de las oficinas de información					
Control y regulación de los establecimientos en contacto con los visitantes					
Control específico de los visitantes residentes y no residentes					
Servicios de protección civil relativa a la protección de los visitantes					X
Otros Servicios					X
TOTAL					

X no aplicable

(*) Esta columna refleja el gasto por parte de las industrias turísticas en promoción turística u otros servicios relativos a las funciones descritas, cuando sea relevante.

TABLA 10

Indicadores no monetarios

de viajes y pernociaciones por tipos de turismo y categorias de visitantes

	Turismo receptor			Turismo interno			Turismo emisor		
	Excursionistas	Turistas	Visitantes	Excursionistas	Turistas	Total Visitantes	Excursionistas	Turistas	Total Visitantes
1. Viajes									
2. Pernociaciones									

c. Número de establecimientos y capacidad por formas de alojamiento

	Establecimientos turísticos de alojamiento colectivo		Establecimientos turísticos de alojamiento privado	
	Hoteles y similares	Otros	Segundas residencias	Otros
Nº de establecimientos				
Capacidad (nº de habitaciones)				
Capacidad (nº de camas)				
Grado de ocupación (habitaciones)				
Grado de ocupación (camas)				

d. Número de establecimientos segun actividades características y conexas del turismo y segun número de personas empleadas

	1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-249	250-499	500-999	1.000	TOTAL
Actividades características del turismo										
1- Hoteles y similares										
2- Segundas viviendas en propiedad (imputado)										
3- Restaurantes y similares										
4- Transporte de pasajeros por ferrocarril										
5- Transporte de pasajeros por carretera										
6- Transporte marítimo de pasajeros										
7- Transporte aéreo de pasajeros										
8- Servicios anexos al transporte de pasajeros										
9- Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros										
10- Agencias de viajes y similares										
11- Servicios culturales										
12- Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo										
Actividades conexas al turismo										
TOTAL										

e. llegadas y pernociaciones por medios de transportes(*)

	Nº de llegadas	Nº de pernociaciones
1. aérea		
Vuelos regulares		
Vuelos no regulares		
Otros servicios		
Otros servicios		
2. Líneas de pasajeros y ferrys		
Cruceiros		
Otros		
restres		
Ferrocarril		
Autobuses, autocares y otros de servicio público por carretera		
Vehículos privados (capacidad hasta 8 personas)		
Vehículos de alquiler		
Otros medios de transporte por carretera		
3. turismo receptor		