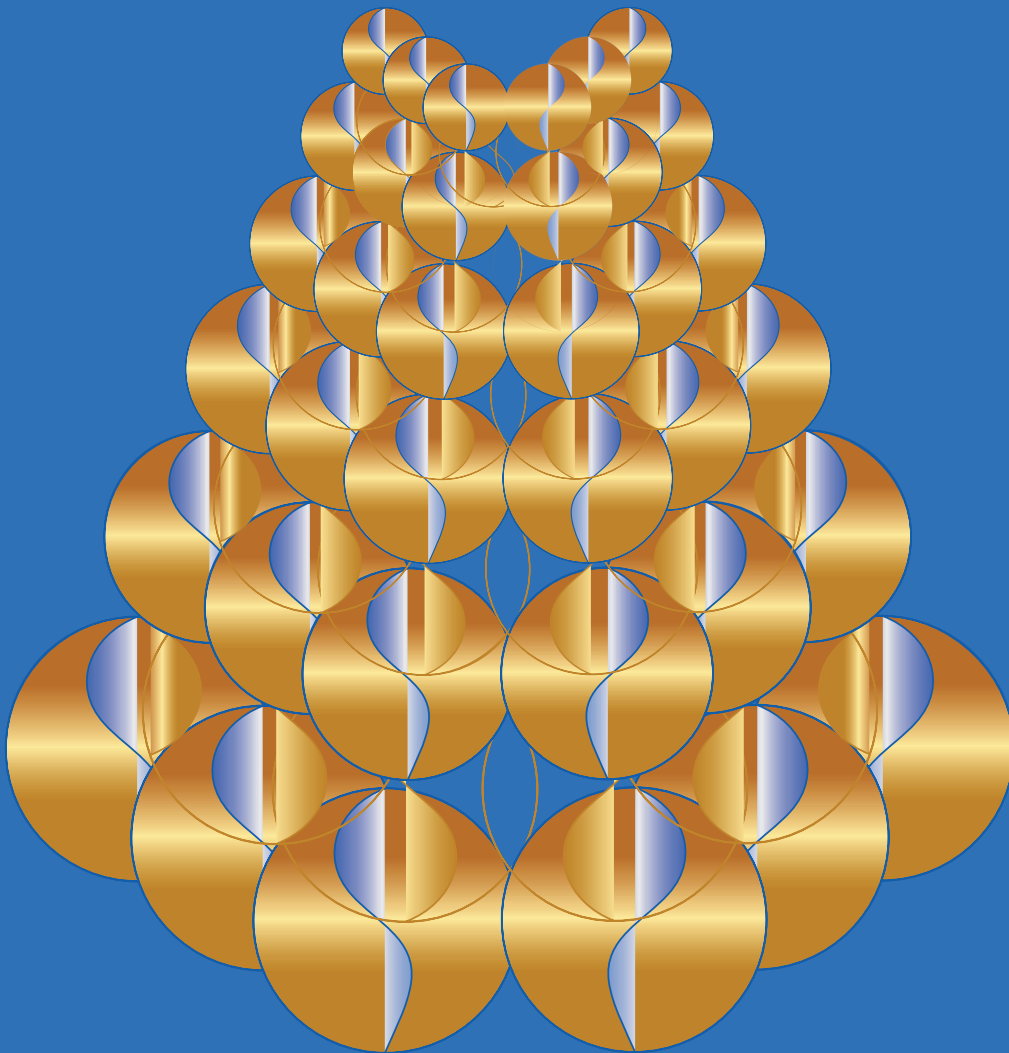


# Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008



Departamento de Asuntos Económicos y Sociales  
División de Estadística

Estudios de métodos Serie F No. 80/Rev.1

# Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008



Naciones Unidas



UNWTO • OMT • IOHTO

Organización Mundial del Turismo



Comisión de las Comunidades Europeas  
Eurostat



Organización de Cooperación  
y Desarrollo Económicos

## Departamento de Asuntos Económicos y Sociales

El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas es un punto de contacto fundamental entre las políticas mundiales en las esferas económica, social y ambiental y la acción nacional. El Departamento trabaja en tres esferas relacionadas entre sí: i) compila, produce y analiza una amplia gama de datos e información de tipo económico, social y ambiental que aprovechan los Estados Miembros de las Naciones Unidas para examinar problemas comunes y hacer un balance de las opciones en materia de políticas; ii) facilita las negociaciones de los Estados Miembros en muchos órganos intergubernamentales sobre el curso a seguir en forma conjunta para abordar los desafíos mundiales actuales o en ciernes, y iii) asesora a los gobiernos interesados sobre las formas y los medios de traducir los marcos normativos desarrollados en las conferencias y cumbres de las Naciones Unidas en programas a nivel de países y, mediante la asistencia técnica, ayuda a aumentar la capacidad nacional.

### Nota

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen publicados los datos que contiene no implican, de parte de la Secretaría de las Naciones Unidas, juicio alguno sobre la condición jurídica de ninguno de los países, territorios, ciudades o zonas citados, ni de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

En la presente publicación, la palabra “país” también se emplea, cuando corresponde, con respecto a territorios o zonas.

Se recurre a los calificativos de países, territorios o regiones “más desarrollados”, “menos desarrollados” y “menos adelantados” únicamente para facilitar la presentación estadística, pero esta denominación no entraña necesariamente un juicio sobre la fase del proceso de desarrollo a que puede haber llegado un país o territorio dado.

Excepto que se indique otra cosa, la referencia a dólares significa dólares de los Estados Unidos.

Las firmas de los documentos de las Naciones Unidas se componen de letras mayúsculas y cifras.

ST/ESA/STAT/SER.F/80/Rev.1

Publicación de las Naciones Unidas

No. de venta: S.08.XVII.27

ISBN 978-92-1-361239-2

Copyright © 2008

Naciones Unidas

Comisión de las Comunidades Europeas, Eurostat

Organización Mundial del Turismo

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos

Reservados todos los derechos

## Prólogo

Las recomendaciones contenidas en la presente publicación representan una actualización de un marco conceptual común para la concepción de la cuenta satélite de turismo que fue elaborada inicialmente en 2000 por un Grupo de Trabajo entre Secretarías convocado por la División de Estadística de las Naciones Unidas, con la participación de la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

El proceso de actualización fue llevado a cabo por la OMT bajo la supervisión del Grupo de Coordinación Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo. El Grupo fue establecido en 2004, con arreglo a un acuerdo concluido entre los organismos interesados —la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL), la División de Estadística de las Naciones Unidas, Eurostat, el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización Mundial del Turismo (OMT)— en la cuarta reunión del Comité de Coordinación de Actividades Estadísticas. El alcance de la labor del Grupo se centró en reducir las diferencias conceptuales existentes en los procesos de revisión de la cuenta satélite de turismo y otros marcos conexos (por ejemplo, el *Manual de estadísticas del comercio internacional de servicios*, el *Manual de Balanza de Pagos*, sexta edición (MBP6), proyecto de publicación (diciembre 2008), el *Sistema de Cuentas Nacionales, 2008* y estadísticas de las migraciones).

El propósito de una cuenta satélite de turismo es analizar minuciosamente todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios asociados con la actividad de los visitantes, observar la interfaz operativa con la oferta de dichos bienes y servicios en la economía y describir la manera como esta oferta interactúa con otras actividades económicas. El presente volumen —*Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*— proporciona un marco actualizado para la creación de una cuenta satélite de turismo y su pretensión es mejorar la coherencia interna de las estadísticas de turismo con el resto del sistema estadístico de un país, así como la comparabilidad internacional de dichos datos.

Francesco Frangialli  
*Secretario General*  
Organización Mundial del Turismo

Enrico Giovannini  
*Director de Estadística*  
Dirección de Estadística  
Organización de Cooperación  
y Desarrollo Económicos

Walter Radermacher  
*Director General*  
Comisión de las Comunidades Europeas  
Eurostat

Paul Cheung  
*Director*  
División de Estadística  
de las Naciones Unidas



## Agradecimientos

La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* es el resultado de esfuerzos considerables que se remontan a finales del decenio de 1970.

Desde entonces, en Francia se ha venido utilizando el término “cuentas satélite” para designar dichas prácticas estadísticas en ámbitos horizontales específicos relacionados con el Sistema de Cuentas Nacionales y que, a pesar de tener un enfoque específico propio, podrían considerarse subsistemas satélite de dicho Sistema debido a su fuerte vínculo con el sistema “principal”. En Francia también se han elaborado planes operativos para cuantificar la importancia económica del turismo.

En 1982, la Organización Mundial del Turismo (OMT) encargó a José Quevedo (España), en aquel entonces responsable de la preparación de las cuentas nacionales de España en el Instituto Nacional de Estadística, que elaborara un documento que ilustrara cómo podría describirse el turismo en relación con las recomendaciones sobre las cuentas nacionales que existían en aquel momento, en particular el Sistema de Cuentas Nacionales, 1968. En el documento, que fue sometido a la quinta reunión de la asamblea general de la Organización Mundial del Turismo (Nueva Delhi, 1983), se subrayaba la importancia de dicho ejercicio como un modo uniforme e integral de medir y comparar el turismo con otros sectores de la economía. Aunque no se puso en práctica como tal, el documento sigue considerándose una referencia general para la mayoría de las actividades realizadas por la OMT con miras a lograr la armonización internacional de los conceptos y estadísticas de turismo.

Desde mediados del decenio de 1980, el Comité de Turismo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) ha realizado importantes estudios para avanzar en el reconocimiento del alcance, la naturaleza y el papel que desempeña el turismo en las economías de la OCDE. A través de la elaboración de su *Manual de cuentas económicas del turismo*, publicado en 1991, la OCDE examinó varios problemas espinosos relacionados con la medición del turismo y sus conexiones con las cuentas nacionales.

Debe mencionarse en particular la presentación realizada por Statistics Canada durante la Conferencia Internacional sobre las Estadísticas de Viajes y Turismo, celebrada por la OMT en Ottawa en 1991, de un programa encaminado a establecer un modo creíble y comparable de evaluar las actividades económicas relacionadas con el turismo en conexión con otras industrias en una economía nacional, y a elaborar un marco para relacionar otros datos pertinentes sobre el turismo de una manera organizada y coherente. El programa se basó en un proyecto concebido para examinar la factibilidad de aplicar al turismo los principios de la elaboración de cuentas satélite.

Después de que en 1993 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas adoptara las recomendaciones sobre estadísticas del turismo elaboradas en la Conferencia de Ottawa, la OMT y la OCDE empezaron a crear el marco conceptual para la elaboración de una cuenta satélite de turismo. Marion Libreros (Francia) y John Joice (Canadá) fueron nombrados responsables de la preparación del proyecto en la OMT y en la OCDE, respectivamente.

Debe reconocerse la importante contribución de ambos consultores a la elaboración de los sucesivos documentos hasta su presentación final en la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, celebrada en Niza (Francia) del 15 al 18 de junio de 1999. Durante este proceso, la OMT

contó asimismo con la colaboración de Alfred Franz (Austria), Douglas Frechtling y Alan Pisarski (Estados Unidos de América) y Francisco Hernández y José Quevedo (España), en calidad de consultores, y de los participantes en el Comité de Seguimiento de Estadísticas de la OMT. El Grupo de Trabajo de Estadísticas del Comité de Turismo de la OCDE también participó muy activamente en la preparación del proyecto correspondiente. La OCDE se benefició, en particular, de las contribuciones de Alfred Franz y de Ruth Meier (Presidentes del Grupo de Trabajo de Estadísticas del Comité de Turismo de Austria y de Suiza, respectivamente), Trude Evensen Nygård (Noruega) y Jocelyn Lapierre (Canadá). Por último, el Grupo de Trabajo de Eurostat sobre cuestiones metodológicas vinculadas con el turismo se basó considerablemente en el diseño de una cuenta satélite de turismo elaborada a solicitud del Centro Internacional de Estudios sobre la Economía del Turismo (Italia), Gruppo Clas (Italia) y Peter Laimer (Austria).

Un agradecimiento especial merecen los infatigables esfuerzos y constante dedicación de Enzo Paci, que murió en octubre de 1998 y que, como Jefe del Departamento de Estadísticas, Análisis Económicos y Estudios de Mercado de la OMT, asumió desde el principio el papel de promotor de un sistema de estadísticas de turismo y el proyecto de la cuenta satélite de turismo.

Después de la Conferencia de Niza, en la que la OMT presentó sus recomendaciones para la compilación de una cuenta satélite de turismo, se creó el Grupo de Trabajo entre Secretarías OMT-OCDE-Eurostat con objeto de establecer un marco conceptual común para preparar el diseño metodológico de una cuenta satélite de turismo sobre la base de la labor realizada por las diferentes entidades. Las personas que participaron en las reuniones del Grupo de Trabajo y que fueron responsables de las recomendaciones técnicas finales, en representación de sus organizaciones, fueron Antonio Massieu (OMT), Louis Kincannon (OCDE), Alain Dupeyras (OCDE), Carl Obst (OCDE), Pedro Díaz (Eurostat) y Sophia Eriksson (Eurostat). La aprobación de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual* por la Comisión de Estadística, en su trigésima primera reunión, en 2000, no habría sido posible sin la existencia de esa plataforma interinstitucional.

Paralelamente a la elaboración de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, la OMT y el Grupo de Coordinación Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo, creado en 2004, trabajaron en la actualización de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*. El proceso incluyó la incorporación de cambios para reflejar recomendaciones nuevas y actualizadas contenidas en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, en la versión revisada del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 y en la sexta edición del *Manual de Balanza de Pagos*, así como las modificaciones editoriales al texto original.

Marion Libreros fue nombrada por la OMT responsable del proceso de actualización.

Las reuniones del Grupo de Coordinación Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo, tanto a nivel de trabajo como plenario, contaron con la presencia de las siguientes personas:

Salvador Marconi: Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas;

Paul Cheung, Ivo Havinga, Ronald Jansen y Vladimir Markhonko: División de Estadística de las Naciones Unidas;

James Whitworth, Hans-Werner Schmidt y Ulrich Spörel: Eurostat;

Robert Edwards, Margaret Fitzgibbon y Natalia Ivanik: Fondo Monetario Internacional;

Enrico Giovannini, Alain Dupeyras, Ann Harrison y William Cave: Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos;

Sylvester Young, Robert Pember, Adriana Mata-Greenwood e Igor Chernyshev: Organización Internacional del Trabajo;

Antonio Massieu, Shaila Nijhowne y Marion Libreros: Organización Mundial del Turismo;

Guy Karsenty, Hubert Escaith, Andreas Maurer y Joscelyn Magdeleine: Organización Mundial del Comercio.

Todos ellos aceptaron unirse al esfuerzo cooperativo que después de tres años de trabajo ha hecho posible el presente documento actualizado.





## Lista de abreviaturas, acrónimos y siglas

CCP	Clasificación Central de Productos
CCIF	Clasificación del consumo individual por finalidades
CENU	Comisión de Estadística de Naciones Unidas
CFAP	Clasificación de las Funciones de las Administraciones Públicas
CIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas
Eurostat	Oficina Estadística de las Comunidades Europeas
FMI	Fondo Monetario Internacional
ISFLSH	Instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares
IVA	Impuesto sobre el valor añadido
MBP6	<i>Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional, sexta edición</i>
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMT	Organización Mundial del Turismo
PIB	Producto interior bruto
PIBDT	Producto interior bruto directo turístico
PNB	Producto nacional bruto
RIET, 2008	<i>Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008</i>
SCN	Sistema de Cuentas Nacionales
SEC	Sistema Europeo de Cuentas
SIFMI	Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente
VABDT	Valor añadido bruto directo turístico
VABIT	Valor añadido bruto de las industrias turísticas



# Índice

	<i>Párrafos</i>	<i>Página</i>
<b>Capítulo 1. Introducción</b>		
A. Visión de conjunto de las estadísticas de turismo y de la cuenta satélite de turismo . . . . .	1.1-1.21	1
B. Antecedentes históricos . . . . .	1.22-1.43	4
B.1. 1991: La Conferencia Internacional de Ottawa sobre las Estadísticas de Viajes y Turismo . . . . .	1.25-1.27	5
B.2. 1991-1999: De la Conferencia de Ottawa a la adopción de la <i>Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000</i> . . . . .	1.28-1.35	5
B.3. De la <i>Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000</i> , a las recomendaciones actualizadas de 2008 . . . . .	1.36-1.43	6
C. Contenido y estructura de la <i>Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008</i> . . . . .	1.44-1.49	8
<b>Capítulo 2. La perspectiva de la demanda: conceptos y definiciones</b>		
A. Antecedentes . . . . .	2.5-2.20	11
A.1. Entorno habitual . . . . .	2.6-2.8	12
A.2. Casas de vacaciones . . . . .	2.9-2.11	12
A.3. Duración de un viaje . . . . .	2.12-2.14	13
A.4. Motivo principal de un viaje . . . . .	2.15-2.18	13
A.5. Clasificación de los visitantes . . . . .	2.19-2.20	13
B. Gasto turístico y consumo turístico . . . . .	2.21-2.43	14
B.1. Definición y ámbito del gasto turístico . . . . .	2.21-2.43	14
B.2. Definición y ámbito del consumo turístico . . . . .	2.25-2.30	15
B.2.1. Categorías de consumo turístico . . . . .	2.29-2.30	17
B.3. Cuestiones especiales . . . . .	2.31-2.43	18
B.3.1. Consumo turístico como consumo intermedio de los productores (empresas, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares) . . . . .	2.32-2.33	18
B.3.2. Servicios prestados dentro del hogar en beneficio de sus miembros . . . . .	2.34-2.36	18
B.3.3. Servicios de vivienda prestados por casas de vacaciones por cuenta propia . . . . .	2.37-2.38	19
B.3.4. Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística . . . . .	2.39-2.43	19
C. Formación bruta de capital fijo turística . . . . .	2.44-2.56	20
D. Consumo colectivo turístico . . . . .	2.57-2.65	22

	<i>Párrafos</i>	<i>Página</i>
<b>Capítulo 3. La perspectiva de la oferta: conceptos y definiciones</b>		
A. Clasificación de productos y de actividades productivas para el turismo . . . . .	3.4-3.13	25
A.1. Productos . . . . .	3.6-3.7	25
A.2. Actividades características del turismo . . . . .	3.8-3.10	26
A.3. Industrias turísticas . . . . .	3.11-3.13	27
B. Cuestiones especiales . . . . .	3.14-3.30	28
B.1. Servicios de vivienda prestados por casas de vacaciones por cuenta propia y otros tipos de propiedad de casas de vacaciones . . . . .	3.14-3.20	28
B.1.1. Propiedad de pleno dominio . . . . .	3.14-3.17	28
B.1.2. Multipropiedades y otros tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones . . . . .	3.18-3.20	28
B.2. Agencias de viajes, operadores turísticos y otros proveedores de servicios de reserva . . . . .	3.21-3.24	29
B.3. La industria de las reuniones . . . . .	3.25-3.30	30
C. Variables que caracterizan las industrias turísticas . . . . .	3.31-3.41	30
C.1. Valor añadido bruto . . . . .	3.31-3.35	30
C.2. Empleo . . . . .	3.36-3.39	31
C.3. Formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas . . . . .	3.40-3.41	32
<b>Capítulo 4. Tablas, cuentas y agregados</b>		
A. Tablas y cuentas . . . . .	4.11-4.77	34
A.1. Observaciones generales . . . . .	4.11-4.13	34
A.2. Clasificaciones utilizadas . . . . .	4.14-4.19	35
A.3. Registro por separado de los servicios de reserva . . . . .	4.20	38
A.4. El tratamiento de los bienes . . . . .	4.21-4.26	38
A.5. Las tablas . . . . .	4.27-4.77	38
A.5.1. Visión de conjunto . . . . .	4.28-4.35	39
A.5.2. Descripción . . . . .	4.36-4.77	40
B. Agregados . . . . .	4.78-4.115	47
B.1. Agregados principales . . . . .	4.81-4.98	47
B.1.1. Gasto turístico interior y consumo turístico interior . . . . .	4.82-4.84	47
B.1.2. Oferta turística . . . . .	4.85-4.98	48
a) Valor añadido bruto de las industrias turísticas . . . . .	4.86-4.87	48
b) Valor añadido bruto directo turístico . . . . .	4.88-4.94	48
c) Producto interior bruto directo turístico . . . . .	4.95-4.98	49
B.2. Otros agregados . . . . .	4.99-4.115	50
B.2.1. Empleo turístico . . . . .	4.102-4.105	51
B.2.2. Formación bruta de capital fijo turística . . . . .	4.106-4.107	52
B.2.3. Consumo colectivo turístico . . . . .	4.108-4.112	52
B.2.4. Demanda turística interior total . . . . .	4.113-4.115	53
<b>Bibliografía . . . . .</b>		77
<b>Índice temático . . . . .</b>		79
<b>Glosario de términos . . . . .</b>		83

	<i>Página</i>
<b>ANEXOS</b>	
<i>Anexo 1</i>	
<b>Principales diferencias entre la <i>Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual de 2000 y de 2008</i> . . . . .</b>	<b>87</b>
<i>Anexo 2</i>	
<b>Relación entre la cuenta satélite de turismo y el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 . . . . .</b>	<b>89</b>
Frontera de la producción . . . . .	89
Consumo . . . . .	90
Tratamiento de tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones .	90
Tratamiento de objetos valiosos y gasto turístico de importante valor unitario. . . . .	91
Grupos de productos y de establecimientos. . . . .	91
Valor añadido bruto directo turístico . . . . .	91
<i>Anexo 3</i>	
<b>Registro por separado de los servicios de reserva . . . . .</b>	<b>93</b>
A. Agencias de viajes y otros proveedores de servicios de reserva: cinco casos. . . . .	93
<i>a)</i> El visitante, la agencia de viajes y la compañía de transporte son residentes en el país A . . . . .	94
<i>b)</i> El visitante y la agencia de viajes son residentes en el país A; la compañía de transporte es residente en el país B. . . . .	94
<i>c)</i> El visitante es residente en el país A; la compañía de transporte y la agencia de viajes son residentes en el país B . . . . .	94
<i>d)</i> El visitante y la agencia de viajes son residentes en el país B; la compañía de transporte es residente en el país A . . . . .	95
<i>e)</i> El visitante es residente en el país B; la agencia de viajes y la compañía de transporte son residentes en el país A. . . . .	95
B. Operadores turísticos. . . . .	95
<i>Anexo 4</i>	
<b>Tratamiento de los bienes y las actividades comerciales minoristas . . .</b>	<b>97</b>
<i>Anexo 5</i>	
<b>Listas propuestas de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística, partidas de la formación bruta de capital fijo turística y productos de mercado no vinculados con el consumo colectivo turístico . . . . .</b>	<b>101</b>
A. Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística . . .	101
B. Formación bruta de capital fijo turística . . . . .	102
C. Consumo colectivo turístico . . . . .	104
<i>Anexo 6</i>	
<b>Medición de la repercusión económica del turismo . . . . .</b>	<b>105</b>
Métodos utilizados para estimar los efectos indirectos e inducidos del turismo. . . . .	107
<i>a)</i> Modelos basados en el análisis insumo-producto. . . . .	107
<i>b)</i> Modelos de equilibrio general computable. . . . .	108
<i>c)</i> Multiplicadores . . . . .	108
<i>Anexo 7</i>	
<b>Adaptación de la cuenta satélite de turismo a los niveles subnacionales .</b>	<b>109</b>
<i>Anexo 8</i>	
<b>Módulo de empleo turístico de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. . . . .</b>	<b>113</b>
Objetivos . . . . .	113
El marco conceptual. . . . .	113
El camino por delante . . . . .	114



# Capítulo 1

## Introducción

### A. Visión de conjunto de las estadísticas de turismo y de la cuenta satélite de turismo

1.1. El turismo, como fenómeno impulsado por la demanda, hace referencia a las actividades de los visitantes y a su papel en la adquisición de bienes y servicios. También puede considerarse desde la perspectiva de la oferta, en cuyo caso el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes. Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (*Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo* (RIET, 2008), párr. 2.9).

1.2. El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que lleva consigo el movimiento de personas. La relación del turismo con una gran variedad de actividades económicas ha fomentado el interés en medir su contribución económica, principalmente en los lugares visitados, y en evaluar su interdependencia con otras actividades sociales y económicas. Por esa razón, una serie de países y organizaciones internacionales han participado en la elaboración de conceptos, marcos, bases de datos y técnicas para hacer posible esta medición.

1.3. Con objeto de mejorar la comparabilidad internacional, la Organización Mundial del Turismo (OMT) elaboró series sucesivas de recomendaciones internacionales sobre estadísticas del turismo en 1978 y 1993. Recientemente se han elaborado las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*.

1.4. En las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* se proporcionan los *conceptos* básicos y las *definiciones* relativas a los diferentes aspectos del turismo, como qué viajeros se clasifican como visitantes, ya sea como turistas (visitantes que pernoctan) o como visitantes del día (o excursionistas) (RIET, 2008, párr. 2.13); las diferentes formas de turismo (RIET, 2008, párrs. 2.39 y 2.40); los diferentes motivos principales de un viaje turístico (RIET, 2008, párr. 3.17); el concepto de gasto turístico (RIET, 2008, párr. 4.2) y sus diferentes categorías según las diferentes formas de turismo (RIET, 2008, párrs. 4.15 y 4.20), o las diferentes *clasificaciones* que pueden utilizarse en el análisis del turismo.

1.5. Sobre la base de esas *Recomendaciones* se invita a los países a elaborar sus propias estadísticas de turismo, de conformidad con las siguientes directrices:

- Las estimaciones deberían basarse en fuentes estadísticas fiables, en las que se contemple tanto a los visitantes como a los productores de bienes y servicios.
- Las observaciones deberían ser de carácter estadístico y realizarse permanentemente, combinando la compilación de estimaciones de referencia con la utilización de indicadores para aumentar la utilidad de los resultados.



- Los datos deberían ser comparables en el tiempo dentro del mismo país, comparables entre los países y comparables con otros ámbitos de actividad económica.
- Los datos deberían ser coherentes a nivel interno y presentarse en marcos macroeconómicos reconocidos a nivel internacional.

1.6. Con objeto de asegurar que la compilación de las estadísticas integradas de turismo está en conformidad con las prácticas de compilación de otras estadísticas económicas, se decidió armonizarlas más con el actualizado Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 (SCN, 2008).

<sup>1</sup> Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo Monetario Internacional, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Naciones Unidas y Banco Mundial, Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 (Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington, D.C., 2008), <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/SNA2008.pdf>.

1.7. El Sistema de Cuentas Nacionales, 2008<sup>1</sup> se compone de conceptos, definiciones, clasificaciones, reglas de contabilidad, cuentas y tablas que constituyen un marco global e integrado para la estimación de la producción, el consumo, la inversión de capitales, los ingresos, las existencias y movimientos de riqueza financiera y no financiera, y otras variables económicas conexas.

1.8. El Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 contiene un marco específico que muestra la relación entre la demanda de bienes y servicios y la oferta de estos bienes y servicios dentro de una economía. El marco se denomina tablas de oferta-utilización.

1.9. Sin embargo, lo que hace que el turismo sea especial, es la situación provisional en la que una persona se encuentra en tanto que consumidora: está realizando un viaje o visitando un lugar fuera de su entorno habitual por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad que no sea ser empleada por una entidad residente en el lugar visitado. Esto diferencia a un visitante de otras categorías de consumidores.

1.10. Estas características específicas del visitante no pueden explicitarse en el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales, en el que los agentes económicos se clasifican de conformidad con características (relativamente) permanentes, entre ellas su país de residencia.

1.11. Para poder hacer frente a estas situaciones, en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se propone la utilización de *cuentas satélite*, anexas a su marco central y que, hasta un punto que habrá de definirse en cada caso, comparten sus conceptos básicos, definiciones, clasificaciones y reglas de contabilidad.

1.12. Dentro de esta perspectiva, la elaboración de la cuenta satélite de turismo consiste en analizar de forma pormenorizada todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios que podrían asociarse con el turismo, al establecer la interfaz real con la oferta de dichos bienes y servicios dentro o fuera de la economía de referencia, y describir el modo en que la oferta (de origen interno o importada) interactúa con otras actividades económicas, utilizando las tablas de oferta-utilización como referencia. La primera recomendación sobre la elaboración del marco conceptual de la cuenta satélite de turismo se propuso en 2000 a través de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*, marco que debe actualizarse a la luz de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*.

1.13. Habida cuenta que las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, ya proporcionan una coherencia conceptual básica con otros marcos estadísticos (RIET, 2008, párr. 1.31), como el *Sistema de Cuentas Nacionales, 2008* (SCN, 2008) y el *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional* (MBP6), la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* (CST:RMC, 2008) se basa en esta coherencia y proporciona un recurso adicional para vincular las estadísticas de turismo con las tablas uniformes del SCN, 2008. Dado que este instrumento requiere que exista coherencia entre las diferentes fuentes de datos que se utilizan e impone a estas últimas unas condiciones más estrictas —en particu-

lar, la conciliación entre los diferentes datos—, es posible estimar variables coherentes a nivel interno que representan más exactamente la contribución económica directa del turismo y su interdependencia con el resto de una economía nacional.

1.14. Este vínculo entre las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, y la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, por una parte, y las fuentes y datos utilizados en su compilación, por otra, proporcionan la base para el establecimiento y mantenimiento de mejorados sistemas nacionales de estadísticas de turismo (véase RIET, 2008, párrs. 1.36 y 1.37).

1.15. La cuenta satélite de turismo completa proporciona:

- Agregados macroeconómicos que describen la magnitud y la contribución económica del turismo, como el valor añadido bruto directo turístico (VABDT) y el producto interior bruto directo turístico (PIBDT), coherentes con agregados similares para la economía total y para otras actividades económicas productivas y ámbitos funcionales de interés.
- Información detallada sobre el consumo turístico, un concepto más amplio asociado con la actividad de los visitantes como consumidores, y una descripción del modo en que la oferta interna y las importaciones atienden esta demanda, integrados en tablas derivadas de las tablas de oferta-utilización que pueden compilarse a precios corrientes y constantes.
- Cuentas de producción detalladas de las industrias turísticas, incluidos datos sobre el empleo, conectadas con otras actividades económicas productivas y la formación bruta de capital fijo.
- Un vínculo entre los datos económicos y los no monetarios de la información sobre el turismo, como el número de viajes (o visitas), la duración de la estancia, el motivo del viaje, los medios de transporte, etcétera, lo cual es necesario para especificar las características de las variables económicas.

1.16. Aunque algunos supuestos implícitos son necesarios para la compilación de las tablas recomendadas (véase el párr. 4.57), la cuenta satélite de turismo es fundamentalmente de naturaleza descriptiva y no incluye ninguna medición de los efectos indirectos e inducidos del consumo turístico en el sistema económico en su conjunto. Esto significa que el impacto del turismo en la economía no se refleja plenamente en las tablas de la cuenta satélite de turismo, por lo que debe medirse y analizarse a través de otros medios. Esa medición puede hacerse, por ejemplo, utilizando matrices insumo-producto o modelos de equilibrio general basados en la cuenta satélite de turismo, o bien otros instrumentos de modelización que prevean un análisis exhaustivo del impacto del turismo (véase el anexo 6).

1.17. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, debería considerarse desde dos perspectivas:

- Como un instrumento estadístico que complementa los conceptos, definiciones, agregados y clasificaciones ya presentados en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* y los integra en tablas analíticas que proporcionan elementos para la comparación de estimaciones entre regiones, países o grupos de países. Estos elementos también son comparables con otros agregados macroeconómicos reconocidos a nivel internacional.
- Como el marco que proporciona orientación a los países para desarrollo de su sistema de estadísticas de turismo, con el objetivo principal de elaborar la cuenta satélite de turismo, que podría considerarse una síntesis de dicho sistema.

1.18. El diseño de cuentas satélite de orientación funcional podría acarrear una ampliación de la frontera de la producción del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, una reclasificación de las transacciones y los agentes económicos o ambas cosas (véase el SCN, 2008, capítulo 29). Sin embargo, al elaborar la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* se determinó centrarse en la reclasificación dentro de la frontera de la producción del Sistema de Cuentas Nacionales, 1993, con miras a obtener agregados para el turismo que fueran directamente comparables con otros agregados compilados en el marco conceptual del Sistema de Cuentas Nacionales, 1993.

1.19. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, debería considerarse el punto de partida de un proceso de diseño metodológico y de mejora del sistema de estadísticas de turismo, incluida la recopilación de datos esenciales. Su aplicación por los países depende del grado de desarrollo alcanzado en la aplicación correspondiente del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.

1.20. Ambas cosas, la revisión y la ampliación, pueden incluir la aplicación de cambios en relación con las clasificaciones propuestas de productos y actividades productivas, nuevas fronteras asignadas a las actividades productivas relacionadas con el turismo, o nuevos campos de aplicación (indicadores nacionales de turismo, análisis de la balanza de pagos, análisis regionales y subanuales, vínculos entre el turismo y el medio ambiente) y un mayor ámbito, con miras a incluir, por ejemplo, aspectos financieros o módulos específicos (empleo, ingresos de las administraciones públicas, etcétera).

1.21. Los países no tienen la obligación de elaborar una cuenta satélite de turismo. Sin embargo, la compilación de las tablas de la cuenta satélite de turismo se considera un paso importante en todo proceso encaminado a mejorar e integrar las estadísticas de turismo en el sistema de cuentas nacionales de un país. Aquellos países que han elaborado una cuenta satélite de turismo o que la han incluido en su sistema de cuentas nacionales han notado la importancia de la Cuenta como instrumento para mejorar la cobertura y la calidad de las estadísticas de turismo, y para efectuar el análisis macroeconómico del turismo.

## B. Antecedentes históricos

1.22. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, es la culminación de muchos años de esfuerzos desplegados por numerosas instituciones, países y personas para integrar la medición del turismo como fenómeno económico en la corriente principal de las estadísticas macroeconómicas. Su historia y evolución están estrechamente relacionadas con las de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* (véase RIET, 2008, párrs. 1.27 a 1.29), por lo que aquí sólo se mencionarán los eventos clave que han revestido particular importancia para la cuenta satélite de turismo.

1.23. Ya en 1983, en la quinta reunión de su asamblea general, celebrada en Nueva Delhi, la OMT encomendó un informe en el que se ilustrara el modo en que el turismo pudiera describirse en el marco de las recomendaciones sobre las cuentas nacionales que existían en aquel momento, a saber: el Sistema de Cuentas Nacionales 1968<sup>2</sup>. En el informe se subrayaba la importancia de ese ejercicio como método uniforme y global de medición y comparación con otros sectores de la economía. El informe sigue considerándose una orientación general para la mayoría de las actividades de la OMT en lo que respecta a la elaboración de conceptos y estadísticas de turismo y su armonización internacional.

<sup>2</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.69.XVII.3.

1.24. El Comité de Turismo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) había desplegado esfuerzos para avanzar en el reconocimiento del ámbito, la naturaleza y el papel del turismo en las economías de la OCDE y había demostrado la importancia que revestían las estadísticas de turismo para la formulación de políticas. Desde 1985, la OCDE se ha esforzado por integrar el turismo en instrumentos estadísticos más generales, como el Sistema de Cuentas Nacionales. Al elaborar su Manual de cuentas económicas del turismo<sup>3</sup>, la OCDE examinó varias de las complejas cuestiones relacionadas con la medición del turismo, incluida la conciliación de la oferta de las industrias turísticas y el consumo de los visitantes, así como el tratamiento de los paquetes turísticos.

<sup>3</sup> *Manual on Tourism Economic Accounts*, París, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 1991.

### **B.1. 1991: La Conferencia Internacional de Ottawa sobre las Estadísticas de Viajes y Turismo**

1.25. La Conferencia Internacional sobre las Estadísticas de Viajes y Turismo, celebrada por la OMT en Ottawa, del 24 al 28 de junio de 1991<sup>4</sup>, fue la culminación de los esfuerzos realizados en la segunda mitad del decenio de 1970 y en el decenio de 1980, no sólo por las organizaciones internacionales (en particular las Naciones Unidas, la OMT y la OCDE), sino también por una serie de países, entre los cuales, además de Canadá, merece particular atención Francia, como pionera de la medición de la importancia económica del turismo.

<sup>4</sup> Véase "Resoluciones de la Conferencia Internacional de Ottawa sobre las Estadísticas de Viajes y Turismo" (Organización Mundial del Turismo, 1991).

1.26. Apoyándose en estudios internacionales anteriores, la OMT presentó un conjunto de definiciones estadísticas sobre el turismo interno e internacional y una clasificación de actividades turísticas, relacionadas con otras estadísticas internacionales. Asimismo, se puso de relieve la necesidad de un sistema de información turística que estuviera mejor integrado en el Sistema de Cuentas Nacionales; concretamente, de una cuenta satélite de turismo.

1.27. En la Conferencia de Ottawa, Statistics Canada presentó un programa encaminado a evaluar el papel del turismo en una economía nacional, utilizando un marco para relacionar otros datos sobre el turismo de un modo organizado y coherente y asegurando un acceso a la base de datos de fácil manejo para los usuarios potenciales. Éste fue el resultado de un proyecto elaborado por el Grupo de Trabajo Nacional del Canadá sobre datos turísticos (1984-1986) con objeto de examinar la viabilidad de aplicar los principios de las cuentas satélites al turismo. El informe sobre la cuenta satélite de turismo propuesta se publicó en mayo de 1987, momento en que la OMT empezaba a concebir sus ideas sobre unas directrices internacionales para una cuenta satélite de turismo.

### **B.2. 1991-1999: De la Conferencia de Ottawa a la adopción de la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000**

1.28. Desde la Conferencia de Ottawa se han puesto en práctica muchas de las iniciativas presentadas en ella y ha aumentado el número de países que elaboran una cuenta satélite de turismo. Además de las administraciones públicas, el sector privado ha emprendido sus propias iniciativas, entre las que cabe mencionar la labor del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT), que se afianza en gran medida de las técnicas de modelización.

1.29. En 1994, las Naciones Unidas y la OMT publicaron las *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*<sup>5</sup>, que contenían: a) las recomendaciones sobre estadísticas del turismo<sup>6</sup> propuestas por la OMT como seguimiento de la Conferencia de Ottawa,

<sup>5</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.94.XVII.6.

<sup>6</sup> *Ibid.*, primera parte.

<sup>7</sup> *Ibíd.*, segunda parte.

y *b*) la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT)<sup>7</sup>, una clasificación provisional de actividades productivas relacionadas con el turismo que debería servir de orientación a los países en la compilación de estadísticas desde la perspectiva de la oferta, aspecto que en el pasado no se había contemplado sistemáticamente en las estadísticas de turismo. Tanto las *Recomendaciones* como la CIUAT habían sido adoptadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en su vigésima séptima reunión<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, Suplemento No. 6 (E/1993/26)*, párr. 154.

1.30. En la OCDE la recopilación de datos y el análisis de cuentas económicas del turismo comenzó en 1991. La Cuenta ha demostrado ser un instrumento útil para orientar las decisiones de política turística, y la OCDE ha prestado orientación constante a los países miembros sobre cómo compilarla. En 1997, el Comité de Turismo de la OCDE formuló su primera recomendación con miras a la elaboración de una cuenta satélite de turismo para los países de la OCDE.

1.31. La Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) también elaboró programas y realizó estudios sobre estadísticas de turismo en los países miembros. Preparó una metodología comunitaria<sup>9</sup> sobre estadísticas de turismo, compatible con las Recomendaciones sobre estadísticas del turismo y adaptada a las necesidades específicas y al contexto de los Estados miembros de la Unión Europea.

<sup>9</sup> Véase *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, No. L 291 (6 de diciembre de 1995).

1.32. Canadá fue uno de los primeros países que elaboraron una cuenta satélite de turismo; sus primeros resultados los publicó en julio de 1994. Otros países, como la República Dominicana (que aplicó una versión inicial de este marco conceptual y lo adaptó ulteriormente a medida que se modificaron las versiones), los Estados Unidos, Francia, México, Nueva Zelanda, Noruega, Polonia, Singapur y Suecia publicaron una cuenta satélite de turismo o realizaron amplios ejercicios experimentales. Muchos de estos países se han beneficiado de la labor realizada por el Comité de Turismo de la OCDE durante estos años.

1.33. En junio de 1999, la OMT convocó la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, que tuvo lugar en Niza (Francia). En ella, la OMT mostró su trabajo sobre una propuesta de cuenta satélite de turismo<sup>10</sup>. El marco fue aprobado en principio por la Conferencia, que recomendó su utilización como plataforma para llegar a un consenso con otras organizaciones internacionales sobre una única propuesta para dicho marco, con miras a someterla a la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas para su adopción.

<sup>10</sup> "Cuenta Satélite de Turismo (CST): Marco conceptual", documento de junio de 1999, presentado a la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, Niza, 15 a 18 de junio de 1999.

1.34. En septiembre de 1999 se creó un Grupo de Trabajo entre Secretarías OMT-OCDE-Eurostat con objeto de establecer un marco conceptual común para preparar el diseño metodológico de la cuenta satélite de turismo, de conformidad con las resoluciones de la Conferencia Mundial Enzo Paci.

1.35. Se alcanzó un acuerdo, y la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas<sup>11</sup> aprobó en su trigésima primera reunión el proyecto de documento, en su forma enmendada, que constituye el contenido de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000*<sup>12</sup>. Como consecuencia del proceso, cada organización promueve actualmente la aplicación de la cuenta satélite de turismo en sus países miembros.

<sup>11</sup> Véase *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 2000, Suplemento No. 4 (E/2000/24)*, párr. 1.

<sup>12</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.01.XVII.9.

### **B.3. De la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000, a las recomendaciones actualizadas de 2008**

1.36. Es preciso recalcar la respuesta de los países a la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*. En el año 2001, 44 países en diferentes

fases de desarrollo participaron en la aplicación de una cuenta satélite de turismo. Este número aumentó hasta superar los 70 en 2007.

1.37. Dos conferencias mundiales organizadas por la OMT y los países anfitriones correspondientes —en Vancouver, Columbia Británica (Canadá), en 2001, y en las cataratas del Iguazú (Argentina, Brasil y Paraguay) en 2005— deliberaron sobre la importancia que revestía una cuenta satélite de turismo para los responsables de la formulación de políticas y otros agentes, como medio para mejorar sus conocimientos de turismo en relación con otras actividades económicas y su capacidad de toma de decisiones.

1.38. Durante este período, la OMT pasó a ser miembro del sistema de las Naciones Unidas, y como parte del Comité de Coordinación de las Actividades Estadísticas colaboró con otras organizaciones internacionales para fomentar la convergencia con otros sistemas estadísticos. Esta coordinación ha adquirido una importancia creciente.

1.39. La mayoría de las normas estadísticas internacionales con las que las estadísticas de turismo y la cuenta satélite de turismo están intrínsecamente vinculadas están siendo objeto de un proceso de revisión; en concreto, la Clasificación Central de Productos (CCP) y la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), el *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión Internacional, sexta edición* (MBP6) proyecto de publicación (diciembre 2008), el Sistema de Cuentas Nacionales, etcétera. La cuenta satélite de turismo puede integrarse ahora en dichas revisiones y asimismo actualizarse a la luz de aquéllas.

1.40. Además del Grupo de Coordinación Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo, los países miembros participaron en el proceso a través de consultas celebradas en un foro electrónico y de diversas reuniones, incluido el Comité de Estadísticas de la OMT, el Taller Internacional sobre las Estadísticas de Turismo, celebrado en julio de 2006, y la reunión del Grupo de Expertos de las Naciones Unidas en estadísticas del turismo, en junio de 2007.

1.41. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000*, representó una importante revisión, porque la coherencia estructural con los otros marcos (fundamentalmente, el Sistema de Cuentas Nacionales, 1993) exigía perfeccionar las definiciones que se habían adoptado en las *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, 1993*, en lo que respecta, en particular, a las formas de turismo, categorías de consumo turístico y clasificaciones de productos y actividades productivas turísticas.

1.42. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* es fundamentalmente una actualización en la que se tienen en cuenta las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, las actualizaciones de otros marcos macroeconómicos conexos y la experiencia de los países miembros en cuanto a la elaboración de la cuenta satélite de turismo. La Cuenta se benefició de:

- La aclaración de las diferencias entre el gasto turístico y el concepto más amplio de consumo turístico;
- La labor realizada por expertos en turismo que habían participado en las actualizaciones de las otras normas internacionales y las mejoras obtenidas en las clasificaciones internacionales de productos y actividades productivas que son particularmente importantes para la descripción y el análisis del turismo;
- Los progresos realizados en lo que respecta a la comprensión de la importancia del empleo en turismo;
- La mejor comprensión y creciente utilización de las tablas y agregados turísticos.

1.43. Las principales diferencias entre la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000* y la presente actualización de 2008 se refieren fundamentalmente a la aclaración de los conceptos de gasto turístico y de consumo turístico, al concepto de tratamiento de los bienes adquiridos por los visitantes y a propuestas para tomar en consideración nuevos tipos de propiedad de casas de vacaciones, así como la industria de las reuniones. Las diferencias se presentan en el anexo 1 (págs. 87 y 88, *infra*), con excepción de las que son consecuencia directa de los cambios introducidos en las recomendaciones, que pueden consultarse en el anexo 1 de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*.

### C. Contenido y estructura de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*

1.44. En el capítulo 1 se proporciona una introducción general a la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, como norma relacionada con las otras normas sobre estadísticas de turismo (RIET, 2008), se subraya la utilidad de la elaboración de este nuevo instrumento estadístico y se presenta una historia sucinta del proceso seguido hasta la publicación del documento actualizado.

1.45. En el capítulo 2 (La perspectiva de la demanda: conceptos y definiciones) se resumen la mayoría de los conceptos presentados en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* (capítulos 2 a 4) y se introduce un concepto de consumo turístico que amplía el de gasto turístico más allá del concepto que se utiliza en las *Recomendaciones*. Se examinan asimismo cuestiones especiales, como el consumo turístico que también es consumo intermedio de las unidades de producción en el Sistema de Cuentas Nacionales, 1993, los servicios prestados dentro de los hogares en beneficio propio y los servicios de vivienda por cuenta propia o sin cargo. También se explica el concepto de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística.

1.46. En el presente volumen se indica que el consumo turístico interior podría ser complementado por otros componentes de la demanda interior, como el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo turística, con el fin de expresar un agregado ampliado de la demanda denominado *demanda turística interior total*. En el capítulo 2 se especifica asimismo el contenido de los dos componentes adicionales que integran la demanda turística interior total.

1.47. En el capítulo 3 (La perspectiva de la oferta: conceptos y definiciones) se resume una gran parte de las observaciones formuladas sobre el tema en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* (véase RIET, 2008, capítulos 5 y 6) y se subrayan aspectos específicos que serán importantes al elaborar las tablas de la cuenta satélite de turismo, en particular el caso de todos los tipos de servicios asociados con la propiedad de casas de vacaciones y el de los servicios de reserva. También se mencionan variables importantes que caracterizan las industrias turísticas, como el valor añadido bruto directo, el empleo y la formación bruta de capital fijo.

1.48. El capítulo 4 (Tablas, cuentas y agregados) es el núcleo del diseño metodológico de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* y contiene un conjunto de diez tablas. En este capítulo se muestra hasta qué punto las tablas dependen de la coherencia establecida en los capítulos 2 y 3 entre los conceptos, definiciones y clasificaciones, y se enfatizan los aspectos que se consideran más pertinentes. Se describe el contenido de cada tabla y las conexiones entre ellas. También se presentan los diferentes agregados que podrían obtenerse para caracterizar la magnitud del turismo.

1.49. Varios anexos complementan el presente volumen:

- En el anexo 1 se presentan de forma esquemática las actualizaciones que han tenido lugar entre la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000* y la revisión de 2008.
- En el anexo 2 se presenta la relación existente entre la cuenta satélite de turismo y el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales, una cuestión importante que se tuvo presente en la mayoría de las decisiones conceptuales.
- En el anexo 3 se describe el efecto de registrar por separado los servicios de reserva en los diferentes agregados relacionados con el consumo turístico: consumo turístico interno, receptor y emisor.
- En el anexo 4 se describe el tratamiento de los bienes y de la actividad comercial minorista en la cuenta satélite de turismo, en particular en la tabla 6, y el cálculo del valor añadido bruto directo turístico.
- En el anexo 5 se proponen listas adicionales de productos y códigos que podrían ser útiles: la lista de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística, la lista de bienes de capital específicos del turismo y los códigos de la CCP correspondientes a los productos considerados parte del consumo colectivo turístico.
- En el anexo 6 se presenta sucintamente la medición de los efectos económicos del turismo, sobre la base de la información proporcionada por el marco de la cuenta satélite de turismo.
- En el anexo 7 se trata de los principales aspectos relacionados con la aplicación del marco en el plano subnacional.
- En el anexo 8 se presenta el módulo de empleo turístico de la OCDE.





## Capítulo 2

# La perspectiva de la demanda: conceptos y definiciones

2.1. El término “viajes” designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración (véase RIET, 2008, párr. 2.4). Los viajes tienen efectos económicos fundamentalmente en los lugares visitados por el viajero y se han convertido en un importante ámbito de observación económica. La medición de los gastos incurridos por los viajeros internacionales fuera de su país de residencia se expresa en la partida *viajes* de la balanza de pagos.

2.2. El concepto de turismo es más limitado que el de viajes, ya que se refiere a tipos específicos de viajes: los que realiza un viajero a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal que no sea ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado. Las personas que realizan estos viajes se consideran visitantes. Por lo tanto, el turismo es un subconjunto de los viajes, y los visitantes un subconjunto de los viajeros (véase RIET, 2008, párrs. 2.6 a 2.13) en los ámbitos tanto interno como internacional. En la balanza de pagos y en el Sistema de Cuentas Nacionales se utiliza la misma definición y se realiza una distinción de ambos términos, lo cual es fundamental para intercambiar y conciliar datos provenientes de estas diferentes fuentes con objeto de medir los movimientos y el gasto de los viajeros y visitantes internacionales.

2.3. La noción de actividad abarca todas las actividades realizadas por los visitantes para preparar un viaje o durante el viaje propiamente dicho. No se limita a lo que podrían considerarse actividades turísticas típicas, como recorrer los lugares de interés turístico, tomar el sol, visitar lugares, etcétera. Viajar por motivos de negocios, de educación y formación, etcétera, también puede formar parte del turismo si se cumplen las condiciones que se han establecido para definir el concepto de turismo (véase RIET, 2008, párr. 3.17). La cuenta satélite de turismo se centra en la dimensión económica de los viajes turísticos (véase RIET, 2008, párrs. 2.29 a 2.34), fundamentalmente a través de los gastos incurridos por los visitantes o por otras personas en su beneficio. Ser visitante es una situación pasajera, relacionada con un viaje específico; una vez concluido el viaje, la persona pierde su condición de visitante.

2.4. En la cuenta satélite de turismo también se expresa interés por otros tipos de transacciones de bienes y servicios, como la formación bruta de capital fijo (párrs. 2.44 a 2.56) y el consumo por diferentes niveles de gobierno de los servicios colectivos turísticos, conceptos que se describirán más adelante (párrs 2.57 a 2.65).

### A. Antecedentes

2.5. En su mayor parte, las actividades económicas asociadas con los visitantes tienen lugar cuando éstos se encuentran fuera de su entorno habitual, y tienen efectos

en economías locales o nacionales diferentes de las su entorno habitual. No obstante, la cuenta satélite de turismo incluye asimismo el consumo que suele tener lugar en el entorno habitual; por ejemplo, el de los visitantes potenciales en previsión de sus viajes (como la adquisición de pequeños artículos para llevar, para uso propio o para regalar, o de equipo de acampada, equipaje o un seguro de viaje, servicios de agencias de viajes, o servicios de transporte desde el entorno habitual hasta el lugar visitado).

### A.1. Entorno habitual

2.6. El entorno habitual, elemento fundamental para la definición de turismo, se considera, según las RIET, 2008, párrs. 2.21 a 2.25, la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales. Difiere del concepto utilizado en el Sistema de Cuentas Nacionales, 1993 y en el *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional*<sup>1</sup> (MBP6) y del concepto de lugar de residencia habitual utilizado en las estadísticas de los hogares.

2.7. Los conceptos de país de residencia y lugar de residencia habitual en un país (véase RIET, 2008, párrs. 2.16 a 2.18) están vinculados con los hogares, mientras que en estadísticas de turismo el entorno habitual es una característica vinculada con las personas. Dos personas miembros del mismo hogar tienen necesariamente el mismo país de residencia y el mismo lugar de residencia habitual en ese país, pero sus entornos habituales podrían diferir en cierta medida.

2.8. Los conceptos de país de residencia y de lugar de residencia habitual dentro de un país se utilizan en el contexto de las estadísticas de turismo junto con el del entorno habitual, que determina el hecho de que una persona sea un visitante en un lugar determinado. En estadísticas de turismo, los visitantes a un lugar se clasifican de conformidad con su país de residencia en el caso de los visitantes internacionales, y con arreglo a su lugar de residencia habitual en el caso de los visitantes internos (véase RIET, 2008, párr. 2.18).

### A.2. Casas de vacaciones

2.9. Cada hogar tiene una vivienda principal, que suele definirse en función del tiempo que se pasa en la misma, cuya localización determina el país de residencia y el lugar de residencia habitual de dicho hogar y de todos sus miembros. Todas las demás viviendas (pertenecientes al hogar o alquiladas por el mismo a medio o largo plazo) se consideran viviendas secundarias (véase RIET, 2008, párr. 2.26).

2.10. En las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, se excluyen explícitamente del entorno habitual las viviendas secundarias utilizadas como casas de vacaciones (las visitadas fundamentalmente por motivos de ocio), con independencia de su proximidad al lugar de residencia habitual, la frecuencia de las visitas y la duración de la estancia (a condición de que esta situación no dé lugar a que la vivienda secundaria se transforme en la vivienda principal del hogar) (véase RIET, 2008, párrs. 2.27 y 2.28).

2.11. Una casa de vacaciones puede estar situada en el mismo territorio nacional que la residencia habitual del hogar o en un territorio diferente. El *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional*, sexta edición (MBP6), proyecto de publicación (diciembre 2008) y el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 son los instrumentos de referencia para determinar el tratamiento que ha de concederse en estadísticas de turismo a una casa de vacaciones perteneciente al hogar que esté situada en un territorio económico diferente.

<sup>1</sup> Fondo Monetario Internacional (FMI), *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional*, sexta edición (MBP6), proyecto de publicación (diciembre 2008).

### A.3. Duración de un viaje

2.12. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como **turista** (o **visitante que pernocta**) si su viaje incluye una pernoctación, o como **visitante del día** (o **excursionista**) en caso contrario (véase RIET, 2008, párr. 2.13).

2.13. La mayoría de los visitantes del día son visitantes internos, pero también existen casos de visitantes internacionales del día, en particular en países pequeños en los que cruzar las fronteras es especialmente fácil. Para algunos países el consumo por los visitantes del día puede suponer un componente importante del consumo turístico.

2.14. El volumen de turismo puede caracterizarse tanto por el número de viajes, como por el número de pernoctaciones. La duración de un viaje es una variable importante a la hora de evaluar el nivel de demanda de servicios turísticos, como los servicios de alojamiento turístico, y de estimar el gasto total asociado con un viaje.

### A.4. Motivo principal de un viaje

2.15. El motivo principal de un viaje se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (véase RIET, 2008, párr. 3.10).

2.16. El motivo principal de un viaje es uno de los criterios utilizados para determinar si el viaje se considera un viaje turístico y si el viajero se considera un visitante. Por ejemplo, en la medida en que sea secundario al viaje, un visitante podría obtener algunos ingresos durante su estancia (por ejemplo, los jóvenes podrían realizar pequeños trabajos durante su viaje para obtener ingresos y financiar parcialmente sus gastos). No obstante, si el motivo principal del viaje es realizar un trabajo a cambio de una remuneración, entonces el viaje no puede considerarse un viaje turístico y el viajero no puede considerarse un visitante, sino “otro viajero” (véase RIET, 2008, párr. 3.11).

2.17. La información sobre el motivo del viaje turístico es útil para caracterizar los perfiles del gasto turístico. También es importante identificar segmentos clave de la demanda turística a efectos de planificación, mercadotecnia y promoción (véase RIET, 2008, párr. 3.12).

2.18. Sobre la base de su motivo principal, los viajes realizados por los turistas y visitantes del día pueden clasificarse (véase RIET, 2008, párrs. 3.14 to 3.17) en las siguientes categorías:

1. Motivos personales
  - 1.1. Vacaciones, recreo y ocio
  - 1.2. Visitas a familiares y amigos
  - 1.3. Educación y formación
  - 1.4. Salud y atención médica
  - 1.5. Religión/peregrinaciones
  - 1.6. Compras
  - 1.7. Tránsito
  - 1.8. Otros motivos
2. Negocios y motivos profesionales

### A.5. Clasificación de los visitantes

2.19. A efectos analíticos, los países tal vez deseen desagregar y tipificar más sus mercados, sobre la base de características adicionales de los visitantes y sus viajes, ya sea considerando cada característica de forma individual o realizando una clasificación transversal de las características. Los visitantes también podrían agruparse de

conformidad con sus características personales, la utilización de un paquete turístico, el principal tipo de alojamiento, el principal medio de transporte utilizado, etcétera (véase RIET, 2008, capítulo 3). La posibilidad de utilizar estos criterios depende evidentemente de que se disponga de información detallada y fiable.

2.20. Una clasificación clave de los visitantes es la relacionada con las diferentes formas de turismo (véase RIET, 2008, párrs. 2.39 y 2.40), en particular:

- *Visitantes internacionales.* Un viajero internacional se considera visitante internacional con respecto al país de referencia si: *a)* está realizando un viaje turístico (véase RIET, 2008, párr. 2.8), y *b)* es un no residente que viaja en el país de referencia o un residente que viaja fuera del mismo (véase RIET, 2008, párr. 2.42).
- *Visitantes internos.* Desde la perspectiva del país de referencia, un viajero interno se considera visitante interno si: *a)* está realizando un viaje turístico, y *b)* es un residente que viaja en el país de referencia (véase RIET, 2008, párr. 2.49).

## B. Gasto turístico y consumo turístico

### B.1. Definición y ámbito del gasto turístico

2.21. El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Se incluyen los gastos incurridos por los propios visitantes y los gastos pagados o reembolsados por otros (véase RIET, 2008, párr. 4.2).

2.22. Además de los gastos monetarios en bienes y servicios de consumo pagados directamente por los visitantes, el gasto turístico (véase RIET, 2008, párr. 4.5) incluye:

- a) Gastos monetarios en bienes y servicios de consumo pagados directamente por el empleador a los trabajadores que realizan viajes de negocios;
- b) Gastos monetarios pagados por el visitante y reembolsados por terceros, ya sea por el empleador (empresas, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares), otros hogares o el régimen de seguridad social;
- c) Pagos monetarios efectuados por los visitantes por los servicios individuales prestados y subvencionados por las administraciones públicas y por instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares en los ámbitos de la educación, la salud, museos, artes escénicas, etcétera;
- d) Desembolsos por servicios prestados a los trabajadores y sus familias durante viajes turísticos financiados fundamentalmente por los empleadores, tales como el transporte, el alojamiento, estancias en residencias de vacaciones de los empleadores u otros servicios subvencionados, y
- e) Pagos suplementarios realizados por los visitantes para asistir a eventos deportivos o culturales por invitación de los productores (empresas, administraciones públicas, las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares) y pagados fundamentalmente por los mismos.

2.23. El gasto turístico no incluye otros tipos de pagos que los visitantes podrían efectuar que no corresponden a la adquisición de bienes y servicios, como el pago de tasas e impuestos y de intereses, la adquisición de activos financieros y no financieros, etcétera. En las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* se mencionan explícitamente estos pagos excluidos (véase RIET, 2008, párrs. 4.6 y 4.7).

2.24. En las tres primeras tablas de la cuenta satélite de turismo se emplea el concepto de gasto turístico, y este gasto se presenta con arreglo a diferentes categorías (párrs. 4.36 a 4.40).

## B.2. Definición y ámbito del consumo turístico

2.25. El consumo turístico tiene la misma definición formal que el gasto turístico. No obstante, el concepto de consumo turístico utilizado en la cuenta satélite de turismo va más allá del concepto de gasto turístico. En realidad, además de la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos, lo que corresponde a transacciones monetarias (el objetivo del gasto turístico), también se incluyen servicios asociados con alojamiento de vacaciones por cuenta propia, transferencias sociales en especie y otro consumo imputado. Estas transacciones deben estimarse utilizando fuentes diferentes de la información recopilada directamente de los visitantes, como informes sobre intercambio de hogares, estimaciones de alquileres asociados con casas de vacaciones, cálculos de servicios de intermediación financiera medidos indirectamente<sup>2</sup> (SIFMI), etcétera.

2.26. Más precisamente, más allá de las adquisiciones ya contempladas en el gasto turístico, se incluyen el consumo imputado y otros ajustes y, en particular:

- a) El valor imputado de las transacciones de trueque (por ejemplo, el intercambio temporal de viviendas para vacaciones).
- b) El valor imputado de los bienes (verduras, frutas, caza, pesca, etcétera) producidos por cuenta propia desde la casa de vacaciones o derivados de actividades de recreo (jardinería, caza, pesca, etcétera) realizadas fuera del entorno habitual.
- c) El valor de los servicios (ya sean de mercado o para uso final propio) asociados con un alojamiento de vacaciones por cuenta propia (viviendas secundarias para vacaciones y todos los demás tipos de tenencia de casas de vacaciones no tradicionales).
- d) El valor de los SIFMI incluido en todo tipo de intereses pagados por los visitantes sobre el gasto turístico.
- e) El costo neto que representa para los anfitriones recibir visitantes en términos de mayores gastos en comida, servicios, invitaciones, regalos, etcétera (párrs. 2.34 a 2.36).
- f) El costo que representan para los productores (empresas, las administraciones públicas y los SIFMI) los gastos incurridos por los trabajadores que realizan viajes de negocios que no suponen un desembolso monetario por parte del trabajador (servicios de transporte ofrecidos gratuitamente o a precios subvencionados por las empresas transportistas a sus trabajadores; alojamiento o comidas proporcionados gratuitamente o a precios subvencionados por los hoteles a los trabajadores, etcétera) (párr. 2.32).
- g) El costo neto (a saber, deducido de la remuneración líquida pagada a los trabajadores) para los productores de los servicios adicionales prestados a sus trabajadores y sus familias como visitantes, más allá de los incluidos en el gasto turístico, tales como el costo de transporte gratuito o subvencionado por el empleador, el costo del alojamiento en centros de vacaciones, etcétera.
- h) La parte del valor de lo que en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se consideran gastos de consumo final de las administraciones públicas en

<sup>2</sup> Los servicios de intermediación financiera medidos indirectamente hacen referencia a los servicios prestados por intermediarios financieros que no se cobran explícitamente, sino sólo implícitamente, a través de la diferencia de los tipos de interés cobrados a prestamistas y prestatarios. En el SCN, 2008 se recomienda asignar la producción total de esta actividad como consumo a los distintos receptores o usuarios de los servicios que no se cobran explícitamente; éste puede ser el caso de los visitantes (véase SCN, 2008, párrs. 6.163 a 6.169).

servicios individuales de no mercado en productos como la educación, los servicios sociales, la salud, museos, servicios de recreo, etcétera, que pueden considerarse beneficiosos para los visitantes y que en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se describen como transferencias sociales en especie (véanse los párrs. 8.141 a 8.145).

2.27. El concepto de consumo turístico se utilizará en la cuenta satélite de turismo, en las tablas 4 y 6, y constituirá la base para la compilación del valor añadido bruto directo turístico (VABDT) y del producto interior bruto directo turístico (PIBDT).

2.28. A efectos de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, deben subrayarse las siguientes características del consumo turístico:

- a) Como se ha mencionado anteriormente, a diferencia del gasto turístico, el consumo turístico no se limita a las transacciones monetarias, sino que también abarca transacciones de trueque, transacciones por cuenta propia (de las cuales los servicios de alojamiento proporcionados por casas de vacaciones ocupadas por el propietario representan una parte importante), remuneración en especie, y otras formas de transferencias en efectivo por los productores, así como transferencias efectuadas por las administraciones públicas que se describen como transferencias sociales en especie de conformidad con el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.
- b) Al igual que sucede en el caso del gasto turístico, el ámbito de los gastos realizados por otros en beneficio de los visitantes es más amplio de lo que se reconoce en el concepto de adquisición por los hogares o personas de las cuentas nacionales, ya que también abarca todos los gastos incurridos por los productores que benefician a sus trabajadores o huéspedes, incluso aquella parte que en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se incluye en el consumo intermedio de dichos productores (véase RIET, 2008, párr. 4.36 g)).
- c) Se excluyen las adquisiciones realizadas para el comercio exterior no organizado (“comercio de reventa”), ya que esas adquisiciones no constituyen consumo personal para el visitante, sino que corresponden a bienes que el visitante pretende vender cuando regrese a su entorno habitual.
- d) Al igual que sucede con el gasto turístico, el consumo turístico incluye toda adquisición de bienes y servicios que en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se consideren bienes o servicios de consumo (véase RIET, 2008, párr. 4.4). También comprende la adquisición de objetos valiosos, con independencia de su valor, que no se consideran bienes de consumo. Por otra parte, el consumo turístico excluye todos los gastos que no corresponden a la adquisición de un bien o servicio como el pago de transferencias, impuestos distintos a los impuestos sobre productos y servicios incluidos en el precio de adquisición, intereses, etcétera (véase RIET, 2008, párr. 4.6).
- e) En el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, la adquisición de viviendas (principal y otras) se considera parte de la formación bruta de capital fijo, así como todo mantenimiento y reparaciones asociados con esos bienes. En las estadísticas de turismo y en la cuenta satélite de turismo se siguen reglas similares (véase RIET, 2008, párr. 4.7). En consecuencia, estos gastos, así como los gastos relacionados con la adquisición y reparaciones importantes de tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones, como la multipropiedad, propiedades fraccionarias, etcétera, deben excluirse del consumo turístico, pero serán parte de la formación bruta de capital fijo turística (anexo 5).

- f) El consumo turístico tiene lugar cuando la propiedad del bien se transfiere o cuando el servicio se presta al visitante y éste es el usuario de dicho servicio. Este momento puede diferenciarse del momento en el que el pago se efectúa o debe efectuarse; los pagos pueden tener lugar antes de la adquisición (pagos anticipados) o después de la misma (utilización de tarjetas de crédito, préstamos, etcétera).
- g) En general, el gasto turístico incluye las adquisiciones realizadas para los viajes y durante los viajes. Cuando tiene lugar antes de un viaje, el gasto turístico comprende únicamente la adquisición de servicios relacionados con el viaje propiamente dicho, de bienes de bajo valor unitario adquiridos para uso propio durante el viaje o para regalar, y de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística (véase RIET, 2008, párr. 4.11). Toda adquisición de bienes de consumo, objetos valiosos y servicios realizada durante los viajes se incluye en el gasto turístico, con independencia de su valor unitario (véase RIET, 2008, párr. 4.10). Esta misma regla se aplica para el consumo turístico.

### B.2.1. Categorías de consumo turístico

2.29. Como en el caso del gasto turístico (véase RIET, 2008, párrs. 4.15 y 4.20), diferentes categorías de consumo turístico basadas en el país de residencia de los agentes económicos de que se trate (el visitante y el proveedor del bien o el servicio adquirido) se pueden definir y relacionar con las diferentes formas de turismo (véase RIET, 2008, párrs. 2.39 y 2.40). Esta relación se presenta esquemáticamente en el cuadro 2.1 *infra*.

2.30. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* limita su ámbito al consumo turístico asociado con los visitantes que realizan viajes en el país de referencia, hacia el país de referencia o desde el país de referencia.

Cuadro 2.1

#### Formas de turismo y categorías de consumo turístico

<b>Turismo interno:</b> las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.	<b>Consumo turístico interno:</b> el consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia.
<b>Turismo receptor:</b> las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.	<b>Consumo turístico receptor:</b> el consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia.
<b>Turismo emisor:</b> las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.	<b>Consumo turístico emisor:</b> el consumo turístico de un visitante residente fuera de la economía de referencia.
<b>Turismo interior:</b> engloba el turismo interno y el turismo receptor; a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.	<b>Consumo turístico interior:</b> el consumo turístico de los visitantes residentes y no residentes en la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y el consumo turístico receptor.
<b>Turismo nacional:</b> abarca el turismo interno y el turismo emisor; a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.	<b>Consumo turístico nacional:</b> el consumo turístico de los visitantes residentes, dentro y fuera de la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y del consumo turístico emisor.



Los efectos en una economía determinada del consumo de los visitantes que no tienen ningún contacto con el territorio económico no se tendrán en cuenta en ninguna de las categorías de consumo turístico relacionadas con este territorio. Por ejemplo, el precio del billete de avión de un residente en los Estados Unidos que viaja directamente desde Nueva York a París con una compañía aérea británica no se incluiría en ninguna de las formas de consumo turístico para el Reino Unido.

### B.3. Cuestiones especiales

2.31. Varias cuestiones requieren una atención particular en la definición de consumo turístico: el consumo turístico como consumo intermedio de los productores, los servicios prestados dentro de un hogar para su uso final propio, los servicios prestados por casas de vacaciones ocupadas por el propietario y los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística.

El tratamiento concedido a los bienes que forman parte del consumo turístico se describe en el anexo 4.

#### B.3.1. Consumo turístico como consumo intermedio de los productores (empresas, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares)

2.32. La definición de visitantes no sólo abarca las personas que viajan por motivos personales, sino también aquellas que viajan por motivos profesionales. El consumo de estos visitantes puede estar total o parcialmente a cargo de las empresas, las administraciones públicas o las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares que los emplean o en cuyo nombre viajan los visitantes. Dichos pagos pueden realizarse a través de diferentes procedimientos: pagando directamente a los proveedores por su consumo, siendo el proveedor de dicho servicio, o asignando una suma global al trabajador que viaja para que cubra estos gastos adicionales, o una combinación de estos tres procedimientos. En algunos casos, en particular cuando se trata de gastos de transporte y alojamiento, estos gastos se consideran en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 como parte del consumo intermedio de la unidad de producción, con independencia del procedimiento utilizado para su adquisición. Por consiguiente, este consumo no se incluye en el concepto de gastos de consumo final/consumo final efectivo de los hogares, aunque en estadísticas de turismo forma parte del consumo turístico, porque se considera como la adquisición de servicios asociados directamente con las actividades realizadas por un visitante durante su viaje.

2.33. No debería olvidarse esta diferencia en lo que respecta al ámbito al tratar de comparar los agregados relacionados con el consumo turístico con el consumo final total de los hogares, ya que el ámbito del consumo turístico va más allá del ámbito del consumo final de los hogares, por lo que el consumo turístico no siempre forma parte del consumo final de los hogares de las personas correspondientes.

#### B.3.2. Servicios prestados dentro del hogar en beneficio de sus miembros

2.34. Los servicios prestados por un hogar para consumo de sus propios miembros suelen excluirse de la frontera de la producción del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, con dos excepciones: la prestación de servicios por viviendas ocupadas por el propietario y la producción de servicios domésticos mediante el empleo de personal remunerado. En la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, se adoptan estas convenciones. Como consecuencia, en este marco, la presta-

ción de servicios de transporte del hogar a sí mismo (por ejemplo, conducir a la familia a un destino que se encuentra fuera del entorno habitual de sus miembros) o el servicio producido en la preparación de comidas (por ejemplo, preparar y servir comidas para la familia en un alojamiento sin servicio de comidas durante un viaje) están fuera de la frontera de la producción y se excluyen de la medición del consumo turístico.

2.35. Por consiguiente, se invita a los países que pudieran estar interesados en imputar un valor a dichos servicios a proceder a ello, de tal modo que se prevea la exclusión de estos valores a efectos de la comparabilidad internacional. También es importante poner especial atención en dichas imputaciones al establecer la contribución del producto interior bruto (PIB), ya que el cálculo de un porcentaje exige que el valor que aparece en el numerador esté comprendido asimismo en el valor total del denominador.

2.36. En lo que respecta a los servicios prestados gratuitamente por un hogar a los miembros visitantes de otro hogar, la necesidad de estimar o no un servicio depende del modo como se entiendan y apliquen los principios del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 y la balanza de pagos. Esto incluye asimismo el caso de servicios de alojamiento prestados a visitantes en la vivienda principal de un hogar. Cuando existe dicha estimación, como parte del consumo turístico (gastos en beneficio de un visitante) sólo se registra (si resulta factible) el incremento del consumo del hogar ocasionado bien por la adquisición de bienes y servicios necesarios para prestar dichos servicios, o por la adquisición directa de servicios en beneficio del visitante (una invitación a un restaurante o a un espectáculo), y se recibe y paga una transferencia equivalente en especie.

### B.3.3. Servicios de vivienda prestados por casas de vacaciones por cuenta propia

2.37. A efectos de la comparabilidad entre los hogares que alquilan sus viviendas y aquellos que ocupan una vivienda propia, y debido a la importancia de los gastos de vivienda en relación con los gastos ordinarios a los que hace frente un hogar, en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se recomienda la imputación de un servicio de vivienda por cuenta propia para todas las viviendas ocupadas y utilizadas por sus propietarios. Cuando esto ocurre, el valor de los servicios de vivienda se estima sobre la base de las características de la vivienda y de los costos de mantenimiento o, cuando existe un mercado de alquiler activo y representativo, sobre la base del alquiler promedio del mercado para unidades similares.

2.38. Esta recomendación no sólo se aplica a la vivienda principal de un hogar, sino a todas las demás viviendas que son propiedad del mismo o que éste mantiene para su utilización por sus miembros. Así pues, también se aplica a las casas de vacaciones utilizadas por cuenta propia. El valor del servicio de vivienda debe imputarse como una actividad de producción para el propietario y como parte del consumo turístico. Este servicio forma parte de la oferta turística y del consumo turístico, con independencia de que la vivienda haya sido visitada efectivamente, o no, durante el período de referencia durante un viaje turístico.

### B.3.4. Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística

2.39. Los bienes duraderos son bienes que pueden utilizarse repetida o continuamente a efectos de su consumo durante un período de un año o más, asumiendo una tasa normal o media de uso físico (véase el SCN, 2008, párr. 9.42). Pueden tener un valor unitario, pero el presente análisis se centrará en aquellos bienes duraderos con un valor unitario relativamente alto adquiridos por las personas para uso personal. Cuando son

adquiridos por productores, se consideran bienes de capital utilizados para procesos de producción, como en el caso de los vehículos, las computadoras, etcétera. Cuando son adquiridos por hogares, se consideran bienes de consumo duraderos.

2.40. Desde una perspectiva turística se pueden identificar dos tipos de bienes de consumo duraderos: los utilizados casi exclusivamente para los viajes o durante los viajes, y los que pueden utilizarse en múltiples circunstancias (es decir, tanto durante los viajes turísticos como en el entorno habitual). Entre los primeros figuran artículos como el equipaje, equipo de acampada o casas rodantes, mientras que el segundo grupo incluye artículos como automóviles o cámaras, que pueden utilizarse de forma intensiva tanto en el entorno habitual como durante los viajes.

2.41. Dentro de la categoría de bienes de consumo duraderos se creó una categoría específica de bienes denominados bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística, que incluye los bienes duraderos utilizados exclusivamente, o casi exclusivamente, por las personas durante los viajes turísticos.

2.42. Habida cuenta de que suelen utilizarse exclusivamente durante los viajes, se recomienda que la adquisición de los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística también se incluya en el gasto turístico cuando la adquisición tiene lugar antes de un viaje. Éste no es el tratamiento recomendado para otros bienes de consumo duraderos de gran valor unitario, cuya adquisición se incluye únicamente en el gasto turístico si tiene lugar durante los viajes.

2.43. En el anexo 5 se proporciona una lista de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística. Sin embargo, en reconocimiento de la diversidad de actividades entre los países y regiones que las personas podrían realizar en su entorno habitual se recomienda prever una cierta flexibilidad al elaborar la propia lista del país de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística.

### **C. Formación bruta de capital fijo turística**

2.44. En el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, la formación bruta de capital fijo turística se define como el valor total de las adquisiciones, menos las disposiciones, de activos fijos efectuadas por el productor durante el período contable, más ciertas adiciones al valor de los activos no producidos realizadas por la actividad productiva de las unidades institucionales. Los activos fijos son activos tangibles o intangibles que se obtienen como resultado de procesos de producción y que a su vez se utilizan repetida o continuamente en otros procesos de producción durante más de un año (véase el SCN, 2008, párr. 10.32).

2.45. El análisis de las existencias y movimientos de inversión física reviste particular importancia para el turismo porque en la mayoría de los casos el turismo no es posible a una escala apropiada sin la existencia de una infraestructura básica para los servicios de transporte, alojamiento, recreo y salud y otras instalaciones que determinan en gran medida la naturaleza e intensidad de los movimientos de visitantes.

2.46. La inversión impulsada por el turismo puede clasificarse en términos generales en tres categorías principales, a saber:

- a) Activos fijos específicos del turismo;
- b) Inversiones por las industrias turísticas en activos fijos no específicos del turismo, e
- c) Infraestructura relacionada con el turismo.

2.47. Debido a su naturaleza y diseño específicos, los *activos fijos específicos del turismo* se utilizan exclusivamente, o casi exclusivamente, en la producción de bienes y servicios característicos del turismo. Si el turismo no existiera, dichos activos tendrían poco valor, ya que no podrían transformarse fácilmente en aplicaciones no turísticas. Entre dichos activos figuran, por ejemplo, vagones ferroviarios de pasajeros, cruceros, autocares para visitas a lugares turísticos, instalaciones hoteleras, centros de convenciones, puertos deportivos, remontes, etcétera. Las casas de vacaciones también se incluyen en esta categoría, aunque en este caso podrían pasar fácilmente de ser la vivienda secundaria a ser la vivienda principal de un hogar (véase RIET, 2008, párr. 2.27).

2.48. El anexo 5 contiene una clasificación general de dichos activos que es coherente con la clasificación de activos fijos tangibles producidos utilizada en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.

2.49. Las *inversiones por las industrias turísticas en activos fijos no específicos del turismo* son inversiones en activos fijos que se consideran relacionadas con el turismo, no por la naturaleza de los activos propiamente dichos sino por el modo en que son utilizados por una industria turística (párr. 3.11). Esta categoría incluye, por ejemplo, los sistemas informáticos de hoteles y agencias de viajes, las instalaciones de lavandería de los hoteles, etc. Dada la gran diversidad de activos que pueden formar parte potencialmente de esta categoría, no existe una recomendación específica con respecto a una clasificación diferente de la que suele recomendarse en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. Se invita a los países a que, cuando sea factible, identifiquen algunas clases específicas de dichos activos que podrían ser importantes en su economía nacional.

2.50. La *infraestructura relacionada con el turismo* establecida fundamentalmente por las autoridades públicas para facilitar el turismo suele ser incluso más difícil de identificar porque podría haber sido establecida en un momento determinado para este fin específico o porque podría facilitar de hecho el turismo aunque ése no fuera necesariamente el objetivo único o principal de la inversión.

2.51. Aunque estos activos son necesarios en los procesos de producción de servicios de turismo particulares, no siempre se expresan como un factor de este proceso de producción, como sucede, por ejemplo, en el caso del transporte terrestre, que no es posible sin la existencia de carreteras. No obstante, la utilización de estos activos (si no existe una tarifa asociada con su utilización) no suele considerarse un costo de producción desde la perspectiva del productor individual, sino sólo en representaciones generales en las que se tienen en cuenta los costos sociales de las actividades de producción.

2.52. Del mismo modo, los visitantes rara vez permanecen en lugares en los que no existe infraestructura para agua potable, aguas residuales, electricidad, telecomunicaciones, servicios de salud, etcétera. Sin embargo, su utilización de dichos servicios podría ser solamente una eventualidad, como en el caso de los servicios de salud, o una utilización indirecta a través de la calidad de los servicios turísticos que reciben.

2.53. En resumen, la *infraestructura relacionada con el turismo* presenta características particulares:

- a) El activo podría haber sido producido o adquirido con el fin de ser utilizado exclusiva o principalmente por los visitantes, como la creación de una playa o de sitios de esquí especialmente orientados a los visitantes, o la apertura de una carretera especial para prestar servicio a un centro turístico que se pondrá libremente a disposición de los usuarios para que no exista un proceso de producción identificable asociado con su utilización.
- b) Puede que en el momento en que se decidió y realizó la inversión ésta se hubiera realizado con miras a su utilización exclusiva o principal por los

visitantes en un momento específico (como en el caso de las inversiones públicas para un evento especial, como pudieran ser los Juegos Olímpicos, la Copa Mundial de Fútbol o de críquet, una reunión internacional importante, etcétera), o que se tuviera en cuenta una utilización no turística posterior a la hora de haber aprobado esta inversión (futura utilización de instalaciones deportivas, de transporte o de alojamiento por los residentes habituales; transformación del alojamiento temporal para los atletas durante el evento en proyectos de vivienda permanente, etcétera).

- c) La infraestructura podría haber estado orientada en general a todas las actividades y además tener efectos positivos en el turismo (como en el caso de un aeropuerto abierto a todo tipo de tráfico, una carretera sin peaje o un hospital regional utilizado ocasionalmente por los visitantes), considerando que si tal infraestructura no existiese, la intensidad del turismo probablemente disminuiría.

2.54. En vista de las dificultades que acarrea identificar las inversiones turísticas, se recomienda que la cuenta satélite de turismo se centre principalmente en los *activos fijos específicos del turismo* y en las *inversiones por las industrias turísticas en activos fijos no específicos del turismo*. No obstante, si es posible identificar elementos de la *infraestructura relacionada con el turismo* que se utilice sin duda alguna en beneficio prácticamente exclusivo del turismo, se alienta a los países a incluir su valor en la formación bruta de capital fijo turística, aunque no se incluya en la tabla 8 recomendada de la cuenta satélite de turismo.

2.55. Por último, debe observarse que la formación bruta de capital fijo turística de la economía compiladora se refiere a los activos fijos productivos explotados por productores residentes y excluye los activos explotados en el territorio económico por los no residentes (con la excepción de las casas de vacaciones). Éste puede ser el caso, en particular, de los activos móviles (como aeronaves, trenes, transbordadores, cruceros, autobuses, etcétera) que son de vital importancia para el turismo pero que no siempre son explotados por los residentes.

2.56. Hasta que no se debata más y se investigue más a fondo, no habrá una propuesta para un agregado específico para la formación bruta de capital fijo turística a efectos de la comparación internacional. A pesar de estos retos en materia de medición, el concepto general de formación bruta de capital fijo turística se considera importante y se incluye en el concepto más general de *demanda turística interior total*.

## D. Consumo colectivo turístico

2.57. Las administraciones públicas tienen dos responsabilidades económicas generales: proporcionar a la comunidad bienes y servicios seleccionados, sobre una base de no mercado, y redistribuir los ingresos y la riqueza mediante pagos de transferencias implícitos o explícitos.

2.58. Las administraciones públicas desempeñan diversos papeles en turismo: proporcionan legislación y reglamentación referentes al modo en que se debería acoger y atender a los visitantes, y las reglas que los visitantes deben seguir; actúan con miras a la promoción general del turismo para el país o para una región específica; elaboran los instrumentos que permiten evaluar las políticas turísticas; se ocupan de mantener el orden y la seguridad para que el turismo pueda tener lugar; mantienen el espacio que pertenece al dominio público, etcétera. También prestan determinados servicios (educativos, culturales y de salud) a precios que no son relevantes económicamente y de los que también se podrían beneficiar los visitantes.

2.59. Con frecuencia, las administraciones públicas también prestan apoyo a través de diferentes tipos de incentivos: prestación directa de servicios; fondos de desarrollo para apoyar inversiones específicas orientadas al turismo; incentivos fiscales o subvenciones para orientar las inversiones a zonas geográficas o ámbitos de actividad específicos; inversiones directas en infraestructura (carreteras, hospitales, aeropuertos, etc.) o el establecimiento de empresas públicas en ámbitos como el transporte, el alojamiento, instalaciones de recreo, etcétera.

2.60. Dentro de las categorías utilizadas en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, con objeto de analizar y describir las actividades empleadas por las administraciones nacionales, la producción (combinar insumos para obtener productos) se considera de distinto modo que proporcionar subvenciones, incentivos fiscales o transferencias corrientes o de capital (ofrecer recursos sin *quid pro quo*) o que financiar (tratar con activos y pasivos financieros).

2.61. Desde la perspectiva de una cuenta satélite de turismo, la prestación de servicios individuales sobre una base de no mercado que beneficie a los visitantes ya está contemplada en el consumo turístico como transferencias sociales en especie. No obstante, también es interesante observar la prestación de los llamados servicios colectivos de no mercado, que tienen las siguientes características (véase el SCN, 2008, párr. 9.96):

- a) Pueden prestarse simultáneamente a cada uno de los miembros de la comunidad o a determinadas secciones de ella, como una región o una localidad particular;
- b) La utilización de tales servicios colectivos suele ser pasiva y no requiere el acuerdo explícito o la participación activa de todas las personas implicadas, y
- c) La prestación de un servicio colectivo a una persona no reduce el monto disponible para las personas restantes de la misma comunidad o de una sección de ésta. No existe rivalidad en la adquisición.

2.62. Debido a las características de dichos servicios, el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 no asigna el valor de los servicios colectivos de no mercado al consumo del hogar o a ningún otro agente económico, como sucede en el caso de los servicios individuales de no mercado. Se crea una categoría específica, la de los gastos de consumo colectivo realizados por las administraciones públicas, que no se asigna a su vez a beneficiarios eventuales (véase el SCN, 2008, párr. 9.85) y constituye el consumo final efectivo de las administraciones públicas desde la perspectiva de contabilidad nacional.

2.63. Los servicios colectivos de no mercado también podrían incluir los gastos realizados por las administraciones públicas que benefician tanto a consumidores como a productores, e incluso los gastos que redundan únicamente en beneficio de los productores. En los casos en que estos servicios se prestan gratuitamente a los productores, dado que el sistema no contempla la posibilidad del consumo intermedio por los productores de la producción de las administraciones públicas no relacionada con el mercado, dichos servicios también deben considerarse parte del consumo colectivo de las administraciones públicas. No obstante, cuando tipos similares de servicios (por ejemplo, promoción del mercado) se prestan sobre una base de mercado o se crean en el marco de una asociación público-privada en la que el sector privado proporciona todos los fondos necesarios, o una parte de los mismos, no se consideran servicios colectivos no relacionados con el mercado, sino servicios prestados por un productor del mercado

(que podría recibir el apoyo de las administraciones públicas en forma de una transferencia corriente) y se consideran consumo intermedio del sector privado.

2.64. Los servicios colectivos de no mercado relacionados con el turismo pueden establecerse sobre la base de la CCP, y pueden medirse la producción y el consumo correspondientes, así como el PIB generado en el proceso. En el anexo 5 se presenta una lista de dichos productos. El valor total del consumo de estos servicios se denominará *consumo colectivo turístico*. Con objeto de subrayar la importancia económica de las medidas adoptadas por las autoridades públicas para crear un entorno favorable al desarrollo del turismo, en la cuenta satélite de turismo se incluye una medición específica del consumo colectivo turístico. Además, el valor total de servicios similares a los pertenecientes al consumo colectivo turístico pero prestados sobre una base de mercado también debería registrarse como una partida informativa.

2.65. Asimismo, el consumo colectivo turístico está contemplado en el concepto más general de demanda interna turística total, aunque en la actualidad este componente es de carácter experimental debido a la falta de experiencia en este ámbito y a los retos en materia de medición. Por consiguiente, las comparaciones internacionales no deberían basarse en la estimación de este agregado.

## Capítulo 3

# La perspectiva de la oferta: conceptos y definiciones

3.1. Una de las cuestiones más importantes que pueden abordarse en estadísticas de turismo es la descripción y medición del papel que desempeña el turismo en la oferta de bienes y servicios. ¿Qué importancia reviste para las diferentes actividades destinadas a atender a los visitantes? ¿Cómo se puede establecer su contribución económica de un modo coherente con otras mediciones macroeconómicas?

3.2. En respuesta a este creciente interés, en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* se presentan nuevos cambios importantes con respecto a la identificación de productos (productos característicos del turismo y conexos al turismo y otros productos de consumo) y de industrias turísticas mediante la utilización de clasificaciones de productos (la Clasificación Central de Productos (CCP, vers.2)) y de clasificaciones de actividades productivas (la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU, Rev.4)) internacionalmente aprobadas.

3.3. Los capítulos 5 y 6 de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* son las referencias básicas para la clasificación de productos, la determinación de las actividades características del turismo y de las industrias turísticas, y la compilación de estadísticas sobre la oferta. En este volumen se presentará únicamente un resumen de las principales cuestiones de relevancia específica para el marco conceptual de la cuenta satélite de turismo.

### A. Clasificación de productos y de actividades productivas para el turismo

3.4. La cuenta satélite de turismo es el marco conceptual para una conciliación global de los datos turísticos relacionados con la oferta y la demanda. En ella se contempla el ámbito más amplio de la demanda turística interior total, que no sólo incluye el consumo turístico, sino también la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico.

3.5. Por este motivo, la medición y el análisis del turismo exigen una clasificación particular de productos y actividades productivas. La clasificación hace referencia a: *a)* los productos, fundamentalmente (aunque no exclusivamente) aquellos que pertenecen al gasto turístico, y *b)* las actividades productivas que constituyen la base para definir las industrias turísticas.

#### A.1. Productos

3.6. La clasificación de productos se ha establecido en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*. Además de los productos de consumo, comprende todos los demás productos que circulan en la economía de referencia



y que están relacionados de algún modo con el turismo. Estos productos se clasifican en dos subgrupos principales: los productos de consumo y los productos no destinados al consumo.

3.7. La clasificación que se ha establecido y sus elementos fundamentales se definen a continuación (véase RIET, 2008, párr. 5.16):

#### A. Productos de consumo

A.1. **Productos característicos del turismo:** incluyen dos subcategorías:

A.1.i. *Productos característicos del turismo para la comparabilidad internacional*, que representan los productos fundamentales para la comparación internacional del gasto turístico.

A.1.ii. *Productos característicos del turismo, específicos de cada país* (que deberá determinar cada país aplicando los criterios mencionados en el párrafo 5.10. de RIET, 2008 en su propio contexto).

Para estos dos productos, las actividades que los generan se considerarán características del turismo, y las industrias en las que la principal actividad sea característica del turismo se denominarán industrias turísticas.

A.2. **Otros productos de consumo**, integrados por dos subcategorías, las cuales deberán ser determinadas por cada país y, por consiguiente, serán específicas de cada país:

A.2.i. *Productos conexos al turismo*, que incluyen otros productos de conformidad con su relevancia para el análisis del turismo pero que no cumplen los criterios establecidos en el párrafo 5.10.

A.2.ii. *Productos de consumo no conexos al turismo*, que abarcan todos los demás bienes y servicios de consumo que no pertenecen a las categorías anteriores.

**B. Productos no destinados al consumo:** Esta categoría incluye todos los productos que por su naturaleza no pueden ser bienes y servicios de consumo y, en consecuencia, no pueden formar parte del gasto turístico ni del consumo turístico, salvo los objetos valiosos que podrían ser adquiridos por los visitantes durante sus viajes. Se definen dos subcategorías:

B.1. **Objetos valiosos** (véase RIET, 2008, párr. 4.2)

B.2. **Otros productos no destinados al consumo**, que incluyen los productos asociados con la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico.

### A.2. Actividades características del turismo

3.8. Las *actividades características del turismo* son las que normalmente producen *productos característicos del turismo*. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos en una clase similar de la CCP, no existe una relación estricta uno a uno entre los productos y las industrias que los producen como su producción principal. Dos productos de características similares pero producidos por dos industrias diferentes de la CIU se clasificarían en la misma categoría de la CCP.

3.9. Las *actividades características del turismo* harán referencia a las dos subcategorías de productos característicos del turismo: A.1.i y A.1.ii.

3.10. En el cuadro 3.1 (véase RIET, 2008, párr. 5.18) se presenta la tipología de los productos de consumo característicos del turismo y de las actividades características del turismo, agrupados cada uno de ellos en las 12 categorías correspondientes

Cuadro 3.1

**Lista de categorías de productos de consumo característicos del turismo y de actividades características del turismo (industrias turísticas)**

Productos	Actividades
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros or ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reserva
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

para su utilización en las tablas de la cuenta satélite de turismo. Las categorías 1 a 10 comprenden la parte fundamental para la comparación internacional; en términos de clases de la CIU, para las actividades, y de subclases de la CCP, para los productos (véase RIET, 2008, anexos 3 y 4). Las otras dos categorías son específicas de cada país: la categoría 11 engloba los bienes característicos del turismo y las actividades comerciales minoristas correspondientes para las actividades, mientras que la categoría 12 hace referencia, respectivamente, a los servicios característicos del turismo específicos de cada país y a otras actividades características del turismo, específicas de cada país.

### A.3. Industrias turísticas

3.11. Una *industria turística* representa la agrupación de aquellos establecimientos cuya actividad principal es la misma actividad característica del turismo. En las estadísticas elaboradas desde la perspectiva de la oferta, los establecimientos se clasifican de conformidad con su actividad principal, que es determinada por la actividad que genera el mayor valor añadido.

3.12. El *establecimiento* es una empresa o parte de una empresa, situado en un único emplazamiento y en el que solo se realiza una actividad productiva o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido (véase el SCN, 2008, párr. 5.14).

3.13. Habida cuenta de que los establecimientos podrían tener actividades secundarias, no toda la producción de los productos característicos del turismo tiene lugar en las industrias turísticas; por otra parte, estas industrias también tienen productos que no son característicos del turismo (véase RIET, 2008, párrs. 6.17 a 6.20).

## B. Cuestiones especiales

### B.1. Servicios de vivienda prestados por casas de vacaciones por cuenta propia y otros tipos de propiedad de casas de vacaciones

#### B.1.1. Propiedad de pleno dominio

3.14. Desde una perspectiva estadística, la propiedad de una casa de vacaciones por cuenta propia es peculiar porque genera tanto un servicio característico del turismo como un consumo turístico equivalente. En el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, un servicio de vivienda por cuenta propia se asocia a la propiedad de una vivienda ocupada por el propietario, como una actividad de producción y como el producto y consumo de un servicio específico. Esta situación abarca tanto la vivienda principal como todas las demás viviendas propiedad de un hogar para uso propio. Abarca, en particular, las casas de vacaciones ocupadas por el propietario.

3.15. El Sistema de Cuentas Nacionales incluye la imputación para viviendas ocupadas por el propietario como una actividad de producción, y ésta se contempla en la clase 6810 de la CIIU, *Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados*, y el producto obtenido y consumido pertenece a la subclase 72111 de la CCP, *Servicios de alquiler o leasing de bienes inmuebles residenciales propios o arrendados*. No existen recomendaciones específicas para las casas de vacaciones de pleno dominio.

3.16. Estas categorías globales ya se incluyen en los productos característicos del turismo y en las actividades características del turismo. Se invita a los países a crear una subcategoría específica para las viviendas secundarias ocupadas por el propietario, como producto y como “industria”, cuando la incidencia de las casas de vacaciones ocupadas por el propietario sea suficientemente importante (categoría 1.b en las tablas 1 a 4 de la cuenta satélite de turismo).

3.17. Debe observarse que, dado que existe un proceso de producción asociado con la tenencia de una casa de vacaciones, todos los gastos corrientes diarios similares a aquellos que realiza el propietario de propiedades alquiladas a corto plazo deberían considerarse como consumo intermedio de la actividad, y por tanto no forman parte del consumo turístico (véase el SCN, 2008, párrs. 9.66 y 9.67).

#### B.1.2. Multipropiedades y otros tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones

3.18. Últimamente ha habido una tendencia al surgimiento de tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones o algo similar (dado que no siempre se trata de la propiedad absoluta de un activo fijo). Este sistema combina la privacidad de una casa de vacaciones con las comodidades, servicios y flexibilidad ofrecidos por un alojamiento colectivo, así como una reducción de los costos para el “propietario” durante los períodos en los que no utiliza la “propiedad” para sí. En el sistema de multipropiedad original lo que se adquiría era un “derecho a utilizar” una propiedad física determinada en un momento específico durante su vida útil. Más tarde fue introduciéndose gradualmente en el sistema la flexibilidad, junto con diferentes principios, por lo que se relajaron las condiciones relativas a la propiedad de un activo físico específico, el ciclo de vida del proyecto o la inalterabilidad del período de utilización a través de diferentes tipos de elaboraciones administrativas y financieras.

3.19. Además de la multipropiedad, en sus diferentes modalidades, como las participaciones escrituradas u otros tipos de acuerdos contractuales, incluidos aquellos que funcionan como un club en los que la condición de miembro otorga el derecho a

utilizar cualquiera de las propiedades del club o cualquier otro sistema afiliado, sometiéndose a normas preestablecidas, también existen nuevas modalidades, como los hoteles en régimen de condominio, las propiedades fraccionarias y clubes residenciales privados, las residencias hoteleras, etcétera. En esas modalidades existe una propiedad clara de los bienes inmuebles, ya sea compartida con otros (por ejemplo, las propiedades fraccionarias) o individual. Sin embargo, el sistema combina la tenencia de la propiedad y el acceso a una amplia gama de servicios a través del pago de servicios “administrativos” específicos, e incluso brinda la posibilidad de incluir el activo en un sistema de alquiler dentro de la estructura de un hotel cuando no es utilizado por su propietario, sistema que genera al mismo tiempo ingresos para el propietario y un cambio en la oferta de habitaciones del hotel de que se trate.

3.20. La cuenta satélite de turismo se limita a la descripción de la producción y transacciones de bienes y servicios, por lo que no se necesita la complejidad del análisis del Sistema de Cuentas Nacionales y la balanza de pagos, y puede proponerse el siguiente tratamiento homogéneo:

- Un flujo de servicios se asocia con cada unidad física vendida a través de la multipropiedad o de otra modalidad. Estos servicios deberían clasificarse como alojamiento a corto plazo (CIU 5510: Actividades de alojamiento para estancias cortas; CCP 63113: Servicios de habitaciones o unidades de alojamiento para visitantes, en multipropiedades).
- El valor de estos servicios debería estimarse sobre la base del alquiler del mercado para una unidad equivalente.
- Los gastos corrientes diarios, incluidos los servicios de gestión de la propiedad y otros pagos corrientes, como los impuestos sobre la propiedad, deberían asignarse como costos para la actividad productiva asociada con la utilización de la propiedad. En consecuencia, los pagos para la gestión no se asignarían al visitante como consumidor, sino al propietario del bien inmueble o del “derecho de utilización” como consumo intermedio.

## **B.2. Agencias de viajes, operadores turísticos y otros proveedores de servicios de reserva**

3.21. El tratamiento dado a los servicios de reserva prestados por las agencias de viajes, operadores turísticos y otros proveedores debería ser equivalente, con independencia del modo como generen sus ingresos (margen de beneficio, derechos o comisiones). La suma total pagada por los visitantes por los servicios que éstos proporcionan por intermediación se dividirá en dos partes (véase RIET, 2008, párr. 6.50):

- Una parte, correspondiente al valor del servicio de la agencia de viajes (o de reserva) (el margen comercial bruto (margen de beneficio, derechos o comisiones) obtenido), y
- Otra parte, correspondiente al valor de los servicios turísticos prestados por intermediación (los ingresos del productor, después de haber pagado la comisión al proveedor de los servicios de reserva).

3.22. En el caso de los paquetes turísticos se deberían distinguir tres niveles de servicios: los servicios propiamente dichos (por ejemplo, transporte y alojamiento), los servicios prestados por el operador turístico, y el margen de la agencia de viajes (que suele ser diferente del margen del operador turístico) que vende el viaje.

3.23. Por lo general, este tratamiento requerirá la transformación de la información estadística básica obtenida de los visitantes por las agencias de viajes y operadores turísticos y de las actividades que utilizan para comercializar sus productos, a fin de generar un conjunto de datos que se amolde a esta perspectiva.

3.24. Este tratamiento tiene consecuencias importantes para el contenido exacto del consumo turístico interno, el consumo turístico receptor y el consumo turístico emisor, porque el país de residencia del visitante, de la agencia de viajes o proveedor de los servicios de reserva, del operador turístico y del proveedor del servicio turístico podría ser distinto. Estas consecuencias se describen en el anexo 3.

### B.3. La industria de las reuniones

3.25. Un motivo cada vez más importante por el que viajan los visitantes es asistir a reuniones, conferencias y convenciones.

3.26. Las reuniones, conferencias y convenciones las celebran las empresas en todo el espectro económico. Las empresas pueden organizarlas para sus propios empleados. Las organizaciones de afiliación, organizaciones profesionales y organizaciones políticas pueden celebrarlas para sus miembros; también las instituciones educativas pueden celebrarlas, y las instituciones privadas y públicas pueden organizarlas para sus propios empleados o para terceros. Por lo tanto, este tipo de actividad puede ser realizada por cualquier empresa en cualquier sector de la economía.

3.27. Hasta hace muy poco no se han desplegado esfuerzos particulares para aislar este fenómeno o para estimar los ingresos y costos asociados con la celebración de reuniones, conferencias y convenciones. Investigar la actividad consistente en celebrar tales eventos reviste interés para el turismo, ya que asistir a conferencias se considera una actividad turística para los participantes cuando se encuentran fuera de su entorno habitual (véanse RIET, 2008, párr. 3.20). No obstante, esta fuerte conexión con el turismo no significa que la industria de las reuniones se considere una industria turística: de hecho, su producción característica no es consumida fundamentalmente por los visitantes, sino por los que convocan las conferencias y convenciones y que prestan servicios a los participantes en las conferencias, convenciones, etcétera.

3.28. Esos negocios especializados prestan un servicio de apoyo a las empresas y a las administraciones públicas, a organizaciones profesionales y de afiliación y a cualquier otra que celebre reuniones, conferencias y convenciones. También prestan un servicio a las empresas y negocios cuyas instalaciones y servicios se utilizan cuando tienen lugar conferencias y convenciones. El crecimiento de las conferencias y convenciones también ha aumentado la necesidad de servicios técnicos y de apoyo especializados.

3.29. Se ha hecho necesario reconocer y definir un lugar para dicha actividad en las clasificaciones internacionales de productos y actividades y determinar la naturaleza de los servicios prestados y cómo deberían medirse. En la actualidad, la actividad se reconoce como CIIU 823: *Organización de convenciones y exposiciones comerciales*, que incluye la clase 8230: *Exposiciones organización de convenciones*. El servicio prestado se clasifica como CCP 855961: *Servicios de organización de convenciones y de asistencia para convenciones*.

3.30. Se insta a los países o lugares con movimiento importante de turistas inducidos por conferencias, reuniones, convenciones, etcétera, a que analicen por separado esta categoría de visitantes y su consumo.

## C. Variables que caracterizan las industrias turísticas

### C.1. Valor añadido bruto

3.31. Como sucede en el caso de todas las actividades económicas del marco conceptual del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, el funcionamiento de las industrias turísticas en el ámbito de la producción se describe mejor a través de un conjunto

de tablas que muestran la composición de la producción por producto, la composición de los insumos por producto y la remuneración de los factores de la producción que tiene lugar en el proceso.

3.32. Por lo general, la contribución de una actividad productiva a la oferta total de bienes y servicios en una economía se mide por su valor añadido (la diferencia entre el valor de la producción y el valor de los insumos), medición que asegura que no existen duplicaciones cuando se comparan y agregan diferentes actividades productivas. En el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se proporcionan las siguientes definiciones:

- El valor añadido bruto es el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio, y
- El valor añadido neto es el valor añadido bruto menos el consumo de capital fijo (que representa la disminución correspondiente del valor de los activos utilizados en el proceso de producción).

3.33. Dado que el valor añadido bruto pretende medir el valor adicional creado por un proceso de producción en una economía, debería medirse en términos netos, ya que el consumo de capital fijo es un costo de producción. Sin embargo, el consumo de capital fijo puede resultar difícil de medir en la práctica, y tal vez no siempre sea posible realizar una estimación satisfactoria de su valor y, por ende, de su valor añadido neto (SCN, 2008, párrs. 6.8 y 6.9). En la cuenta satélite de turismo se adopta la medición bruta del valor añadido.

3.34. El valor añadido bruto es una medición que está relacionada con un proceso de producción considerado en su conjunto; es decir, una combinación de insumos, bienes de capital, mano de obra y tecnología, con el fin de obtener uno o más productos. No representa ninguna combinación de bienes y servicios producidos, sino que se trata de una medición de los ingresos generados en el proceso que remunera los factores de producción.

3.35. El valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT) se definirá como la suma del valor añadido bruto de todas las industrias turísticas. La cuenta satélite de turismo también utilizará otro indicador del vínculo existente entre la demanda de bienes y servicios por los visitantes (consumo turístico) y su oferta por los productores internos, tanto industrias turísticas como no turísticas, que se denominará valor añadido bruto directo turístico (VABDT). La definición de este indicador y el proceso para su estimación se examinan con mayor detenimiento en el capítulo 4.

## C.2. Empleo

3.36. El empleo es una variable importante en el análisis económico de las actividades productivas, y el turismo no constituye una excepción. Las actividades turísticas como el alojamiento, las de provisión de alimentos y bebidas, las recreativas, etcétera, requieren un coeficiente de mano de obra relativamente alto. Con frecuencia emplean a personas poco calificadas y pueden estar situadas en zonas en las que el desarrollo industrial y la concentración de actividades productivas son escasos o inexistentes.

3.37. Además de caracterizarse frecuentemente por su alta intensidad en mano de obra y su utilización de mano de obra poco calificada, las industrias turísticas presentan otras peculiaridades que deben tomarse en consideración al abordarse la cuestión del empleo. En muchos casos el movimiento de visitantes, en particular en el caso del turismo receptor, no está uniformemente distribuido a lo largo del año. Por lo tanto, el empleo en estas industrias fluctuará estacionalmente, y con frecuencia su intensidad será más alta que en otras industrias.

3.38. Estas características ponen de relieve la importancia que reviste medir el empleo a través de un conjunto de indicadores complementarios, entre los que se incluye el número de trabajos, el total de horas trabajadas y los empleos equivalentes a tiempo completo (véase el SCN, 2008, párrs. 19.16 a 19.30 y 19.42 a 19.54) relacionados con un período de referencia predefinido (a menudo una semana) dentro del período de análisis (un mes, un trimestre, etcétera). La complementariedad y la coherencia entre las medidas de remuneración de los trabajadores y otras medidas de empleo también son consideraciones importantes.

3.39. En el capítulo 7 de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* se describen los conceptos, definiciones y categorías básicas de empleo en las industrias turísticas, más desde una perspectiva estadística general que desde un enfoque de cuentas nacionales específicas, y se presenta una gama más amplia de indicadores sobre las industrias turísticas que podrían incorporarse oportunamente a la cuenta satélite de turismo dentro de un marco ampliado de integración de datos sobre el empleo, tal como se describe en el anexo 8 (páginas 113 y 114 *infra*).

### **C.3. Formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas**

3.40. La formación bruta de capital fijo es un componente importante de la descripción y el análisis de las industrias turísticas. Es pertinente añadir que si bien desde la perspectiva de la industria la formación bruta de capital fijo es una variable importante, las transacciones en activos no financieros no producidos (como la tierra) y en activos intangibles no producidos (como los derechos de aterrizaje o los derechos de patentes) también pueden ser otra variable importantes desde una perspectiva más general. En el presente volumen se propone la recopilación de información adicional sobre estas dos importantes variables suplementarias.

3.41. La formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas es una de las diferentes perspectivas mencionadas anteriormente en relación con la formación bruta de capital fijo turística (párrs. 2.47 a 2.49): incluye tanto la formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas en activos específicos del turismo como la formación bruta de capital fijo en otros activos no considerados específicos del turismo.

## Capítulo 4

# Tablas, cuentas y agregados

4.1. Las diez tablas que integran la cuenta satélite de turismo se obtienen de las tablas de oferta-utilización del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 y están relacionadas con ellas. Son el centro del proceso de conciliación de la información económica más pertinente relacionada con el turismo y de las comparaciones internacionales de la contribución económica del turismo al desarrollo y al crecimiento.

4.2. Se trata de tablas de agregados encaminadas a promover la homogeneidad entre los países. En ellas, los visitantes se desglosan en dos categorías, y los productos e industrias se presentan en categorías agregadas. Cada país debería compilar estas tablas descomponiéndolas en niveles más detallados en los que, por ejemplo, los visitantes pudieran clasificarse según el país de residencia, el motivo del viaje, el medio de transporte, el tipo de alojamiento, etcétera, de tal modo que sea posible analizar y comparar sus perfiles y niveles de consumo. Los productos turísticos y las industrias turísticas también deberían estar más desglosados, según su importancia para la economía de referencia.

4.3. Las tablas, cuentas y agregados principales propuestos deberían elaborarse en dos o más fases principales, en función del desarrollo de las fuentes de datos del país.

4.4. En la primera fase, el objetivo es compilar las tablas 1 a 7 y la tabla 10. Como mínimo, para poder hablar de ella como una cuenta satélite, la cuenta satélite de turismo debe incluir una presentación detallada de la oferta y el consumo, en términos de bienes y servicios adquiridos por los visitantes (tablas 1-4) y de las industrias que los producen (tabla 5), así como sus componentes, ya que esto constituye el núcleo del sistema de la cuenta satélite de turismo (tabla 6).

4.5. Debido a la importancia estratégica que el turismo reviste con frecuencia en la formulación de una política de empleo, la tabla 7 —Empleo en las industrias turísticas—, también forma parte del eje central, así como la tabla 10 —Indicadores no monetarios—, ya que las variables económicas del turismo se entienden y analizan mejor teniendo en cuenta los movimientos de los visitantes y otras características descriptivas de la oferta y la demanda turística.

4.6. En cambio, la compilación de la tabla 8 —Formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y otras industrias— y de la tabla 9 —Consumo colectivo turístico, por productos y niveles de las administraciones públicas— no sólo requiere la recopilación de datos a partir de tipos de fuentes que no suelen formar parte de los programas estadísticos actuales de las administraciones nacionales de turismo, sino también la superación de algunos desafíos conceptuales específicos. Por consiguiente, la compilación de las tablas 8 y 9 podría considerarse en una fase ulterior de la elaboración de una cuenta satélite de turismo.

4.7. Las diez tablas muestran la labor que debe realizarse, y deberían considerarse una guía para presentar datos de la cuenta satélite de turismo. Cada país debería determinar el formato más adecuado para tener en cuenta su realidad turística y el ámbito de los datos disponibles.



4.8. Para todas las tablas —tanto para las elaboradas en la primera fase como para las que corresponden a fases ulteriores—, la presentación de los resultados debería ir siempre acompañada de referencias claras a la cobertura exacta de las variables y a la metodología empleada en su estimación (metadatos).

4.9. Los principios de valoración recomendados son los mismos que los enunciados en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008; es decir, la producción debería valorarse a precios básicos, y el consumo y la utilización, a precios de adquisición. En lo que respecta al momento de registro, la cuenta satélite de turismo se basa en un principio similar al de las cuentas nacionales y la balanza de pagos: las transacciones se registran sobre el principio del devengo y no sobre el principio de caja o del “momento del pago”. Este punto es particular importancia al analizar los gastos incurridos por los visitantes, pues con frecuencia estos notificarán sus gastos desde una perspectiva de caja.

4.10. En la práctica, los métodos de valoración y del momento de registro han de ser coherentes con los utilizados en las cuentas nacionales generales del país que elabora la cuenta satélite de turismo. Por lo tanto, dependiendo de las prácticas individuales de cada país, los métodos utilizados tal vez no sean idénticos a las recomendaciones del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 o a las que se hacen en este volumen. En consecuencia, a efectos de la comparabilidad internacional, los métodos de valoración y del momento de registro deberían ser notificados por los compiladores de la cuenta satélite de turismo a la hora de difundir los datos o la metodología. Debería indicarse claramente todo alejamiento de los conceptos y métodos normalizados.

## A. Tablas y cuentas

### A.1. Observaciones generales

4.11. Las diferencias entre las tablas de la cuenta satélite de turismo y las de oferta-utilización se deben fundamentalmente a las observadas en la presentación y disponibilidad de los datos necesarios, y no tanto a las diferencias conceptuales.

4.12. La elaboración de una cuenta satélite de turismo de un país no sólo exige que el compilador transforme y segmente la información ya existente en las tablas de oferta-utilización (o las utilizadas en su compilación), sino también un conjunto básico de procedimientos directos de recopilación de datos relativos a los datos turísticos.

4.13. La transformación y la segmentación consisten en:

- a) La obtención de datos detallados sobre los productos relacionados con el turismo y las industrias turísticas a partir de las encuestas, los registros administrativos y otras bases de datos utilizadas para la elaboración de las tablas de oferta-utilización en los casos en que los datos contenidos en las tablas no sean suficientemente detallados.
- b) La valoración de los servicios de reserva (prestados por las agencias de viajes, operadores turísticos y otros agentes) basada en el margen bruto que generan. Debe realizarse el ajuste correspondiente al valor de los servicios turísticos que se han prestado por intermediación, que deberían valorarse tras haber deducido el valor de los servicios de reserva (párr. 3.21). Este requisito dimana de la necesidad de dar un tratamiento coherente a los servicios turísticos adquiridos directamente por los visitantes, y de los servicios del mismo tipo adquiridos a través de proveedores de servicios de reserva. En el anexo 3 se analizan detenidamente las consecuencias de dicho tratamiento para las tablas de la cuenta satélite de turismo y el contenido de las diferentes categorías de consumo turístico.

- c) Una doble clasificación del gasto turístico que corresponde al consumo intermedio de los productores. Este gasto forma parte del consumo turístico cuando se presenta el balance entre la oferta y la utilización de productos, y se trata de un costo de producción de las industrias al establecer el valor añadido bruto directo turístico y el producto interior bruto directo turístico (párrs. 4.88 a 4.94). Esto supone una diferencia de presentación en relación con el enfoque del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, ya que este último requiere una única clasificación de las transacciones en todo el sistema (párrs. 2.32 y 2.33).

## A.2. Clasificaciones utilizadas

4.14. Los productos e industrias que figuran en las tablas 1 a 7 deben clasificarse uniformemente de conformidad con las recomendaciones que se dan en los párrafos 3.6 a 3.10. Las clasificaciones de productos turísticos (párr. 3.7) y de industrias turísticas (párr. 3.10) deben adaptarse a las tablas de la cuenta satélite de turismo.

4.15. Las tablas 1 a 3 —Gasto turístico, por productos y categorías de visitantes en función de las diversas formas de turismo— y la tabla 4 —Consumo turístico interior, por productos— se limitarán a los bienes y servicios de consumo y a los objetos valiosos, y la clasificación utilizada será la indicada en el cuadro 4.1.

Se propone:

- En el caso de la categoría 1, Servicios de alojamiento para visitantes, que los servicios relacionados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones (1.b) y otros servicios de alojamiento (1.a) se presenten por separado.

Cuadro 4.1

### Clasificación de los productos en las tablas 1 a 4

A. Productos de consumo
A.1. Productos característicos del turismo
1. Servicios de alojamiento para visitantes
1.a Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b
1.b Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva
9. Servicios culturales
10. Servicios deportivos y recreativos
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país
A.2. Productos conexos al turismo
A.3. Productos de consumo no conexos al turismo
B.1. Objetos valiosos

- En el caso de las categorías A.2. y A.3., que los bienes y servicios se presenten por separado (debido a su diferente tratamiento de la compilación del valor añadido bruto directo turístico y del producto interior bruto directo turístico, ya que los márgenes sólo se aplican a los bienes y objetos valiosos. Esto se examina más detenidamente en el anexo 4). Estas dos categorías se presentan conjuntamente en las tablas de la cuenta satélite de turismo como “A.2. Otros productos de consumo”, pero se recomienda identificar por separado ambas categorías cuando sea factible y pertinente.
- En el caso específico de la tabla 4, en la columna “Otros componentes del consumo turístico” deberían presentarse por separado los otros componentes del consumo turístico siguientes:
  - Servicios asociados con alojamiento de vacaciones por cuenta propia;
  - Transferencias sociales turísticas en especie, y
  - Otro consumo imputado.

4.16. La tabla 5 —Cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias— y la tabla 6 —Oferta interna total y consumo turístico interior— contienen todos los productos que circulan en la economía de referencia, clasificados en productos de consumo y productos no destinados al consumo, así como las doce categorías de industrias turísticas.

En lo que respecta al cuadro 4.2, pueden formularse las siguientes observaciones:

- La categoría “B.2: Otros productos no destinados al consumo” comprende, además de los productos asociados con la formación fija de capital bruto turística y el consumo colectivo turístico, todos los demás bienes y servicios no destinados al consumo que existen y circulan en la economía de referencia.
- En la categoría 1 de las industrias turísticas —Alojamiento para visitantes— se propone, si es posible (como en el caso de los productos) compilar por separado las industrias relacionadas con todos los tipos de tenencia de casas de vacaciones (1.b), e incluir las demás industrias de la categoría en la categoría general (1.a) Alojamiento para visitantes no contemplado en 1.b.
- En el caso de las categorías “A.2: Productos conexos al turismo” y “A.3: Productos de consumo no conexos al turismo”, los bienes y servicios podrían presentarse por separado (debido a su diferente tratamiento de la compilación del valor añadido bruto directo turístico y del producto interior bruto directo turístico, ya que los márgenes sólo se aplican a los bienes y objetos valiosos (esto se examina más detenidamente en el anexo 4). Estas dos categorías se presentan conjuntamente en las tablas de la cuenta satélite de turismo como “A.2 Otros productos de consumo”, pero se recomienda identificar por separado ambas categorías cuando sea factible y pertinente.

4.17. Como observación complementaria, se propone asimismo, si es posible, que el Consumo intermedio total, en las tablas 5 y 6, se desglose en las siguientes categorías de productos de la CCP, vers.2:

0. Agricultura, productos forestales y pesqueros
1. Minería y acero; electricidad, gas y agua
2. Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos de cuero
3. Otros bienes transportables, excepto productos metálicos, maquinaria y equipo
4. Productos metálicos, maquinaria y equipo
5. Construcciones y servicios de construcción

6. Servicios comerciales de distribución; alojamiento; servicios de provisión e alimentos y bebidas; servicios de transporte; y servicios de distribución de electricidad, gas y agua
7. Servicios financieros y servicios conexos; servicios inmobiliarios; y servicios de alquiler y arrendamiento con o sin opción de compra
8. Servicios prestados a las empresas y servicios de producción
9. Servicios para la comunidad, sociales y personales

4.18. En la tabla 7 se utiliza la misma clasificación de industrias turísticas que en las tablas 5 y 6.

4.19. Por último, las clasificaciones propuestas para las tablas 8 y 9 se describen en el anexo 5.

#### Cuadro 4.2

##### Clasificación de los productos y las industrias turísticas en las tablas 5 y 6

Productos	Industrias turísticas
A. Productos de consumo	
A.1. Productos característicos del turismo	
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes que no estén contemplados en 1.b	1.a. Alojamiento para visitantes no contemplado en 1.b
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones	1.b. Alojamiento asociado con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Industria de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva	8. Industria de agencias de viajes y de otros servicios de reserva
9. Servicios culturales	9. Industria cultural
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Industria recreativa y deportiva
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio minorista de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras industrias características del turismo, específicas de cada país
A.2. Productos conexos al turismo	
A.3. Productos de consumo no conexos al turismo	
B. Productos no destinados al consumo	
B.1. Objetos valiosos	
B.2. Otros productos no destinados al consumo	

### A.3. Registro por separado de los servicios de reserva

4.20. De las tres transformaciones de la información básica que se han mencionado (véase el párrafo 4.13), *a*) y *c*) sólo tienen un efecto formal en las tablas normalizadas de las cuentas nacionales. Esto significa que se modifican los desgloses de los totales por productos e industrias, pero no los valores totales propiamente dichos. Sin embargo, el hecho de registrar por separado los servicios de reserva tiene consecuencias para los valores y las clasificaciones de movimientos en las diferentes categorías de consumo turístico. Estas consecuencias se examinan con detenimiento en el anexo 3.

### A.4. El tratamiento de los bienes<sup>1</sup>

4.21. Aunque los servicios constituyen una parte importante del consumo de los visitantes, los visitantes también adquieren bienes para sus viajes y durante los mismos. En algunos casos, la adquisición de bienes podría ser el motivo del viaje propiamente dicho, como en el caso de un viaje efectuado con la finalidad de realizar compras en establecimientos de liquidación de marcas reconocidas (*factory outlets*) o en zonas especiales libres de impuestos. Todos los bienes adquiridos por los visitantes en el transcurso de sus viajes para uso propio o para regalar forman parte del consumo turístico. Quedan excluidos los bienes adquiridos para su reventa (párr. 2.28). Algunos bienes adquiridos antes de un viaje también podrían formar parte del consumo turístico (véase RIET, 2008, párr. 4.11).

4.22. Como se ha señalado anteriormente, el consumo turístico se valora utilizando el precio total de adquisición de los bienes, es decir, el precio total pagado por el visitante o por otros en su beneficio, tras la deducción de todo impuesto sobre el valor añadido (IVA) o la devolución del impuesto sobre la venta a los visitantes no residentes cuando abandonan el país.

4.23. En la mayoría de los casos, los productores de los bienes tampoco son los que venden su producción al consumidor final, ni los que los atienden en último término: existe una cadena de proveedores de servicios de transporte y de comerciantes mayoristas entre los productores y los comerciantes minoristas que ofrecen finalmente el producto al visitante. El producto podría haber sido producido en un lugar cercano, en otra región del país o incluso en una economía diferente.

4.24. De toda la cadena de industrias que participan en la oferta del producto al visitante (lo que no significa necesariamente estar en contacto físico con él), sólo el comerciante minorista atiende directamente al comprador final.

4.25. Aunque la adquisición de bienes forma parte del consumo turístico por su valor total a precios de adquisición, y algunos bienes incluso podrían considerarse característicos del turismo, se considera que la actividad comercial minorista asociada con los bienes adquiridos por los visitantes es la única que atiende a los visitantes.

4.26. Las consecuencias de este tratamiento en la representación de la adquisición de bienes por los visitantes que se muestra en la table 6 se analizarán detenidamente en el anexo 4.

### A.5. Las tablas

4.27. Las tablas actualizadas de la cuenta satélite de turismo se presentan al final de este capítulo. Su formato es similar al de las tablas de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000*, pero se ha clarificado su contenido y mejorado su presentación. Todas ellas remiten a la economía de referencia.

<sup>1</sup> La mayoría de las observaciones formuladas en este apartado y en el anexo 4 hacen referencia a los bienes y objetos valiosos. A efectos de simplificación, el término "bienes" se refiere tanto a los bienes como a los objetos valiosos.

### A.5.1. Visión de conjunto

4.28. En las tablas 1 a 6, los servicios de reserva y los servicios adquiridos a través de los mismos (véase el anexo 3) deben registrarse por separado.

4.29. Las tablas 1 a 3 se centran en las categorías de gasto turístico de los visitantes que deberían identificarse a través de encuestas o de otros métodos. El gasto turístico es una variable fundamental de las estadísticas de turismo que se obtiene a partir de los procedimientos descritos en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*. La tabla 4 conduce a la estimación del consumo turístico interior total, al sumar el gasto turístico receptor y el gasto turístico interno (obtenidos de tablas 1 y 2) y todos los componentes adicionales que han de tomarse en consideración para medir el consumo turístico interior (párr. 4.15), ya que estos ajustes no pueden atribuirse fácilmente a las diferentes formas de turismo. El principal agregado que se obtiene a partir de la tabla 4 es el *consumo turístico interior*, que se comparará con la *oferta interna* (global y por productos) en la tabla 6.

4.30. La tabla 5 está dedicada a la oferta y, aunque se centra en los productos característicos del turismo y en las industrias turísticas, comprende todos los productos (en las filas) que circulan en la economía de referencia, así como todas las industrias (en las columnas). Tiene un ámbito similar al de las cuentas de producción de las cuentas nacionales, si bien las clasificaciones y ciertos parámetros son diferentes. En la columna “Otras industrias” se presenta el valor añadido de la oferta correspondiente a todas las industrias no turísticas en la economía. Esta presentación exige que se utilicen, como mínimo, las categorías de productos e industrias recomendadas en el capítulo 3. Se insta a los países a realizar un desglose más detallado cuando sea necesario, para mejorar la importancia de estos datos.

4.31. En la tabla 6 se presenta una conciliación global del consumo turístico interior y la oferta interna. Esta tabla constituye el núcleo central de la cuenta satélite de turismo: de no elaborarse, aun a partir de datos parciales, el término cuenta satélite de turismo aplicado a la compilación de algunas de las tablas sería erróneo. El valor añadido bruto directo turístico (VABDT) y el producto interior bruto directo turístico (PIBDT) (párrs. 4.88 a 4.94), utilizados como indicadores de la contribución directa del turismo al valor añadido total o al PIB total, pueden obtenerse de esta tabla.

4.32. En la tabla 7 se da cuenta del empleo en las industrias turísticas. Esta tabla se presenta debido a la importancia estratégica que el turismo reviste con frecuencia para la formulación de políticas de empleo.

4.33. Como ya se señaló anteriormente (párr. 4.6), la elaboración de las tablas 8 y 9, relativas a la formación bruta de capital fijo turística y al consumo colectivo turístico, es menos prioritaria.

4.34. En la tabla 10 se presenta un número limitado de indicadores no monetarios necesarios para estimar e interpretar adecuadamente la información contenida en las tablas 1 a 7. Se invita a los países a elaborar más indicadores de este tipo, en función de sus necesidades, utilizando la información sobre las características de los visitantes y las industrias turísticas, tal como se sugiere en las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*.

4.35. La mayoría de las tablas presentadas en este documento pueden elaborarse a precios corrientes y constantes en moneda nacional, y para el turismo internacional en divisas extranjeras. Las valoraciones a precios constantes sólo serán válidas para las partidas relativas a los productos, tanto de mercado como de no mercado. Los cálculos a precios constantes deberían realizarse con arreglo a los principios enunciados en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.

### A.5.2. Descripción

#### Tablas 1, 2 y 3

Gasto turístico, por productos y categorías de visitantes,  
en función de las diversas formas de turismo

4.36. Las tablas 1 a 3 describen el componente más importante del consumo turístico, a saber, el gasto turístico, que comprende no sólo lo que los visitantes pagan de su propio presupuesto o bolsillo, sino también los gastos de los productores (empresas, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares) o de otros agentes en beneficio del visitante (transporte, alojamiento, etcétera), sobre los que los visitantes no suelen aportar información bastante precisa. Las tablas no comprenden las transferencias sociales en especie, salvo que se trate de reembolsos de gastos realizados inicialmente por los visitantes (como algunos servicios de salud, etcétera) ni los gastos, reales o imputados, asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones.

4.37. La tabla 1 se centra en el turismo receptor; la tabla 2, en el turismo interno, y la tabla 3, en el turismo emisor, por productos y categorías de visitantes.

4.38. Las tablas 1 a 3 presentan clasificaciones, desgloses y principios de valoración idénticos: en particular, se ajustan al principio de registrar por separado los servicios de reserva y los servicios prestados por intermediación (como se explica en el párrafo 4.13 *b*) y en el anexo 3). El gasto turístico se desglosa en gastos correspondientes a los visitantes que pernoctan y en gastos correspondientes a los visitantes del día, ya que su respectiva estructura de consumo suele ser muy diferente. Cuando sea posible y útil, también se recomienda crear una categoría adicional para los pasajeros en tránsito.

4.39. Por lo que respecta a la tabla 2 —Gasto turístico interno—, es preciso añadir una nueva categoría de desglose: el tipo de viajes. El gasto turístico interno (véase RIET, 2008, párr. 4.15 *a*)) no sólo comprende los gastos realizados por los visitantes que viajan dentro del país, sino también los gastos en la economía de referencia incurridos por los visitantes que realizan viajes internacionales.

4.40. En el caso de la tabla 3 —Gasto turístico emisor—, se presenta una situación similar, aunque de escasa importancia, que corresponde al gasto turístico asociado a los bienes y servicios que los residentes compran a proveedores no residentes. Este gasto tiene lugar casi exclusivamente cuando los visitantes residentes se encuentran fuera del territorio económico, o durante los viajes para abandonar ese territorio (utilizando una empresa transportista no residente, por ejemplo). Sin embargo, también es posible la adquisición de bienes y servicios (compras por Internet, servicios de transporte proporcionados por no residentes, etcétera) a proveedores no residentes por los residentes durante los viajes realizados en el territorio económico de referencia. Dado que estos casos revisten escasa importancia, la recomendación no exige un tratamiento por separado de dichos gastos. No obstante, para los países en los que los que esos gastos son considerables, podrían crearse columnas adicionales bajo el rubro “Compras a no residentes por visitantes en viajes internos”, y añadirse a las demás columnas, y comprenderían únicamente los gastos realizados durante los viajes emisores.

#### Tabla 4

Consumo turístico interior, gasto turístico interior y otros componentes  
del consumo turístico, por productos

4.41. La tabla 4 combina el gasto turístico interior, compuesto por el gasto turístico receptor obtenido a partir de la tabla 1 (columna 1.3) y el gasto turístico interno extraído de la tabla 2 (columna 2.9) con los demás componentes del consumo turístico.

Como se ha señalado anteriormente (párr. 2.25) estos otros componentes pueden agruparse en tres categorías generales:

- a) **Servicios asociados al alojamiento de vacaciones por cuenta propia.** Esta categoría comprende todos los servicios de alojamiento imputados relacionados con unidades de alojamiento por cuenta propia y con todos los demás tipos de propiedad de casas de vacaciones, así como los gastos relacionados con su adquisición que no estén capitalizados como parte de la inversión; por ejemplo, los costos del intercambio de multipropiedades.
- b) **Transferencias sociales turísticas en especie (salvo reembolsos).** Esta categoría comprende el valor de servicios individuales de no mercado prestados por las administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares en beneficio de los visitantes, que es superior al valor de los importes abonados por éstos: costos de museos, artes escénicas, educación a corto plazo, servicios de salud prestados a corto plazo en establecimientos especiales, etcétera.
- c) **Otro consumo imputado.** Esta categoría incluye todos los demás elementos de consumo imputados que no se hayan considerado previamente, como los servicios a los visitantes por los que éstos no pagan (costos de residencias o campamentos de vacaciones sufragados por los productores en beneficio de sus empleados, servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (SIFMI) para adquisiciones relacionadas con viajes turísticos, etc.).

Se recomienda, cuando sea posible y pertinente, presentar cada una de estas categorías en una columna independiente (párr. 4.15).

4.42. Como se ha indicado anteriormente (párr. 4.29), el consumo turístico interior es el principal agregado obtenido a partir de la tabla 4. Los procesos de producción a través de los cuales se proporciona el consumo turístico interior (salvo las importaciones) servirán de base para calcular el valor añadido bruto directo turístico (VABDT) y el producto interior bruto directo turístico (PIBDT).

4.43. Los flujos se valoran del mismo modo que en las tablas anteriores, conforme a las reglas establecidas en el Sistema de Cuentas Nacionales y la balanza de pagos (párrs. 4.9 y 4.10).

Tabla 5

Cuentas de producción de las industrias turísticas  
y otras industrias (a precios básicos)

4.44. La tabla 5 presenta las cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias en la economía de referencia. Se ajusta al formato establecido en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008: la producción se desglosa por productos, se valora a precios básicos (véase el SCN, 2008, párr. 6.51 a)) y se asienta en el primer bloque de filas de la parte superior de la tabla. A continuación se presenta el consumo intermedio (también denominado insumos intermedios, párr. 4.17), que se estima a precios de adquisición (véase el SCN, 2008, párr. 6.54). La diferencia entre estos dos valores se denomina valor añadido bruto (VAB) a precios básicos. Corresponde a cada industria en su conjunto y se desglosa en un segundo bloque de filas: remuneración de los asalariados, excedente bruto de explotación de las empresas, ingresos mixtos de empresas no constituidas en sociedad e impuestos netos sobre la producción.

4.45. No obstante, la perspectiva de esta tabla difiere de la de las cuentas de producción del Sistema de Cuentas Nacionales, ya que se centra en proporcionar una herramienta de análisis del turismo. Esto significa que las industrias turísticas y los productos turísticos se subrayan e integran en un marco general adecuado para el análisis



del turismo. En las columnas, las cuentas de producción de las industrias turísticas se presentan y agrupan en función de la clasificación propuesta (véase el párr. 4.16). La producción se valora a precios básicos y con arreglo al principio de registrar los servicios de reserva por separado (véase el anexo 3).

4.46. Debido a la aplicación de este principio, la producción y el consumo intermedio de cada industria y el total correspondiente para la economía que figura en la última columna (columna 5.15) no coinciden necesariamente con los valores correspondientes que figuran en las cuentas nacionales del país. No obstante, para cada industria y para la economía en su conjunto, el valor añadido bruto a precios básicos —es decir, la diferencia entre la producción a precios básicos y el consumo intermedio a precios de adquisición— ha de equivaler al valor añadido bruto de la economía registrado en las cuentas nacionales: los ajustes dimanantes de la aplicación de este principio no tienen efecto en el valor añadido de ninguna de las industrias, ya que para cada una de ellas los cambios inducidos en los valores de la producción y el consumo intermedio son totalmente simétricos.

Tabla 6  
Oferta interna y consumo turístico interior, por productos  
(a precios de adquisición)

4.47. La tabla 6 es el núcleo central del sistema de la cuenta satélite de turismo. En ella tiene lugar la confrontación y la conciliación entre la oferta interna y el consumo turístico interior. Se ha elaborado a partir de las tablas de oferta-utilización del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. La oferta total de bienes y servicios en la economía de referencia por productos, que comprende la producción interna (la producción de los agentes económicos residentes) y las importaciones, se compara con el consumo turístico (incluidas las correcciones de valoración), y pueden extraerse conclusiones sobre el valor añadido bruto atribuible al turismo para cada una de las industrias que atiende a los visitantes. Se proporciona la información básica necesaria para el cálculo del valor añadido bruto directo turístico (VABDT) y del producto interior bruto directo turístico (PIBDT) y de sus componentes.

4.48. Las filas de la tabla 6 son idénticas a las de la tabla 5. En lo que respecta a las columnas, éstas se distribuyen en tres bloques:

- El primero contiene las mismas columnas que la tabla 5 y representa las industrias (columnas 1 a 15);
- El segundo (importaciones, impuestos netos de subvenciones y márgenes del comercio y del transporte) presenta las variables adicionales y las correcciones de valor necesarias para obtener el total de la oferta a precios de adquisición (columna 6.4), y
- El tercero consta solamente de dos columnas: consumo turístico interior (columna 4.3) y ratio turístico (columna 6.5).

4.49. En primer lugar se suma la oferta de los productores internos para todas las industrias, con el fin de obtener el valor del total de su producción a precios básicos. A continuación, a esta columna (que también corresponde al total de la tabla 5 (columna (5.15)) se le añade la columna siguiente, “Importaciones” (columna (6.1)), que representa la oferta de bienes y servicios importados en la economía nacional (además de los bienes importados, a efectos del turismo se tienen en cuenta los servicios de transporte prestados dentro de la economía nacional por productores no residentes, así como los servicios de seguros o cualquier otro servicio prestado por no residentes y adquiridos por Internet), luego una columna en la que se registra el valor de los impuestos netos de subvenciones sobre los productos internos e importados (columna (6.2)) y una última

columna, en la que figuran los márgenes del comercio y del transporte (columna (6.3)), a fin de obtener la columna “Oferta interna (a precios de adquisición)” (columna (6.4)). Esta presentación, que constituye el segundo bloque de columnas, se ajusta en lo esencial a las tablas de oferta-utilización del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.

4.50. La última columna, “Ratios turísticos” (en términos porcentuales), sirve para estimar los dos agregados principales: el valor añadido bruto directo turístico (VABDT) y el producto interior bruto directo turístico (PIBDT). En los párrafos siguientes se explica cómo se obtienen estos ratios y su aplicación para medir la contribución económica directa del turismo a la economía de referencia (párr. 4.88).

4.51. La proporción del consumo turístico interior en cada componente de la oferta se establecerá por separado para cada componente. A tal efecto, se añade la columna adicional “Proporción turística”, asociada a cada columna de los dos primeros bloques de la tabla.

4.52. En estos dos primeros bloques, los valores de la proporción turística deberían expresarse en valores absolutos y pueden establecerse a partir de:

- La información facilitada directamente por productores y proveedores (sobre sus categorías de clientes y su cuota de mercado correspondiente);
- Los propios visitantes (encuestas por muestreo sobre los gastos por productos e indicación de los proveedores), y
- La opinión de expertos en el ámbito del comportamiento turístico, a condición de que estas opiniones puedan validarse por medio de mejores prácticas (procedimiento evaluativo).

4.53. En todas las filas del primer bloque, que corresponde a los servicios, el valor total de las proporciones turísticas es igual al valor del consumo turístico interior registrado en el último bloque de columnas.

4.54. En el caso de las filas correspondientes a los bienes (característicos o no), dado que la actividad por la que se ofrecen a los turistas es la única que genera valor añadido directo turístico, sólo los márgenes correspondientes del comercio minorista se contabilizan en la “proporción turística”. Por consiguiente, y a título de excepción, por lo que respecta a los bienes, la suma correspondiente a la proporción turística en la oferta no es equivalente a la del consumo turístico interior, sino sólo al valor de los servicios de venta al por menor de dichos bienes. El procedimiento detallado que ha de seguirse en el caso de los bienes se explica en el anexo 4.

4.55. Para cada industria, es posible establecer la proporción turística de la producción (en términos de valor) como la suma de la proporción turística que corresponde a cada una de sus producciones.

4.56. Así pues, para cada industria puede establecerse un ratio turístico (la relación entre el valor total de la proporción turística y el valor total de la producción de la industria expresada en términos porcentuales), que se aplicará a los componentes del consumo intermedio (y, por ende, al valor añadido). Si el consumo intermedio se desglosa por productos, este ratio turístico podría ser el mismo para todos los productos de consumo intermedio de una industria y, por consiguiente, al de la producción total, o también podrían ajustarse estos ratios en función de la importancia relativa de los diferentes componentes de la producción que han consumido los visitantes (por ejemplo, en hoteles que también dispongan de servicios de provisión de comidas, el ratio de los servicios de alojamiento solicitados por los visitantes podría ser diferente del correspondiente a los servicios de provisión de comidas). En cualquier caso, a partir de la diferencia entre los valores de la producción atribuibles al consumo turístico y

los valores del consumo intermedio atribuibles al consumo turístico puede calcularse la parte del valor añadido bruto generado por el consumo turístico en cada industria.

4.57. Es importante tener presente en esta fase que al utilizar una serie de supuestos para relacionar los insumos con los productos concretos de los procesos de producción de las industrias, los resultados están modelizados, por lo que no pueden considerarse fruto de la observación directa ni asimilarse a datos estadísticos. Ello se debe a que el valor añadido está estrictamente asociado al proceso de producción de un establecimiento considerado en su conjunto y no puede distribuirse entre los productos concretos que resultan de este proceso. Si parte de los factores de producción pudieran asignarse directamente a productos concretos del establecimiento sería posible compartimentar el establecimiento en diversas actividades, de forma que contuviera dos o más unidades operativas (establecimientos) en su interior, por lo que dejaría de ser la unidad mínima cuyos costos de producción pueden aislarse.

4.58. Por consiguiente, puede establecerse para cada industria una estimación de la parte de su valor añadido bruto (a precios básicos) que corresponde a la contribución de su producción al consumo turístico interior total, pudiendo añadirse los valores de todas las industrias, turísticas o no. Se denomina valor añadido bruto directo turístico (VANDT) a la suma de las partes de valor añadido de todas las industrias.

4.59. Para obtener el producto interior bruto directo turístico (PIBDT) generado por el consumo turístico interior es necesario añadir al VABDT los impuestos netos de subvenciones sobre los productos e importaciones turísticos que se estiman del mismo modo: utilizando el porcentaje correspondiente para cada producto (a excepción de los bienes cuyo porcentaje se reduce únicamente a los márgenes del comercio minorista).

4.60. En teoría, estos agregados (el VABDT y el PIBDT) deberían ser independientes del detalle con que se han efectuado los cálculos y, en particular, de la posibilidad de identificar las industrias turísticas. Sin embargo, éste no es el caso en la práctica, porque el valor añadido bruto asociado a un producto no es directamente observable, por lo que ha de estimarse a partir de la información facilitada por las industrias que producen este producto.

4.61. Cuanto más matizados y precisos sean los supuestos relativos a los efectos del consumo turístico en cada industria, más precisas serán las mediciones.

#### Tabla 7

##### Empleo en las industrias turísticas

4.62. La estacionalidad, la gran variabilidad en las condiciones de trabajo, la flexibilidad y la falta de formalización de muchos contratos laborales en numerosas unidades de producción pequeñas son los principales obstáculos para obtener datos significativos sobre el empleo en las industrias turísticas. Esto explica por qué, aunque no hay duda de que el empleo es una variable fundamental para describir la contribución económica del turismo y para utilizar la cuenta satélite de turismo como instrumento de fomento, las limitaciones estadísticas actuales en la mayoría de los países se han tenido en cuenta a la hora de elaborar la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*.

4.63. Asimismo, y debido a que la mano de obra es un factor de producción y suele asociarse con un establecimiento en el que, por lo general, se producen diversos productos, es una cuestión compleja relacionar el empleo con un producto específico o con partes específicas de diferentes producciones de un establecimiento determinado.

4.64. Algunos países tal vez traten de expresar la suma bruta del empleo total en las industrias turísticas en términos de número de empleos, volumen de horas trabajadas, etc. imputables efectivamente a la satisfacción del consumo turístico interior

aplicando los ratios turísticos para medir estas variables del empleo para cada industria y sumar los resultados. Cuando se aplica este procedimiento de modelización, el país debería especificar que el supuesto implícito en dicho procedimiento es que la función de la producción de cualquier parte de la producción de una industria consumida por los visitantes es la misma que la de la producción total de esa industria.

4.65. La medición del empleo se limita al empleo en las industrias turísticas, y las variables utilizadas para expresar su volumen son el número de empleos y de horas trabajadas (en un período específico de tiempo), que también son indicadores de la intensidad de utilización de mano de obra.

4.66. La tabla 7 contiene una variable adicional sobre el número de establecimientos en cada industria turística (la información se complementa en la tabla 10 con un desglose de este número según el tamaño de los establecimientos). Esto permite calcular el número promedio de empleos clasificados por sexo y situación en el empleo para cada industria turística.

4.67. Como consecuencia, las medidas propuestas en este documento hacen referencia a la cuantificación restrictiva del empleo según su significado estadístico (ya que no todo el volumen del empleo identificado en una industria determinada corresponde al consumo turístico) y cobertura (ya que existen diferentes niveles de empleo en otras industrias que corresponden parcialmente al consumo turístico).

4.68. Se proponen dos desgloses principales del número de empleos y de horas trabajadas: uno de conformidad con el sexo de la persona empleada, y otro con arreglo a una situación simplificada en la clasificación del empleo, en la que sólo los asalariados se identifican independientemente del resto de la fuerza de trabajo. La intensidad de la utilización de la mano de obra se expresa en términos de número de empleos, número de horas trabajadas (en el período de referencia) y número de empleos equivalentes a tiempo completo (en el período de referencia) para poder realizar mediciones comparables y eliminar los efectos de los empleos a tiempo parcial.

4.69. Dado que el movimiento de visitantes presenta a menudo una estacionalidad destacada, este fenómeno también caracteriza el empleo, en particular en industrias como los servicios de alojamiento y de provisión de alimentos y bebidas. Por este motivo se invita a los países a medir el empleo al menos dos veces al año, en las temporadas turísticas alta y baja. El número de empleos, las horas trabajadas y otras características de la fuerza de trabajo deberían proporcionar información básica para comprender y supervisar los niveles cambiantes y la contribución de la actividad turística. En el capítulo 7 de las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* se describen los conceptos y definiciones de empleo en las industrias turísticas, sus categorías básicas y clasificaciones principales, y las mediciones estadísticas. Consúltese, pues, ese capítulo, para entender mejor las interrelaciones en el marco de integración de datos de la cuenta satélite de turismo.

#### Tabla 8

##### Formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y otras industrias

4.70. Las filas de la tabla 8 muestran una lista propuesta de partidas de la formación bruta de capital fijo turística (anexo 5) relacionadas con el turismo. El primer bloque de las columnas incluye la adquisición neta de todos los bienes de capital por las industrias turísticas y permite derivar el agregado denominado “formación bruta de capital fijo” de las industrias turísticas (párrs. 3.40 y 3.41). El primer bloque viene seguido de una columna en la que se muestran las adquisiciones netas de bienes de capital específicos del turismo por todas las otras industrias. En la columna final se registra

el total de cada bien de capital adquirido. Como se ha mencionado en el párrafo 2.55, la recomendación no incluye infraestructura relacionada con el turismo. Se insta a los países con capacidad para estimar total o parcialmente esta infraestructura, a que la incluyan como una categoría adicional.

4.71. Se recomienda la inclusión de activos tangibles e intangibles no producidos como una partida informativa. Estos activos no son producidos, por lo que no se contemplan en la formación bruta de capital fijo turística en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. No obstante, tales activos podrían representar un componente importante de la inversión turística no financiera. Se invita a los países a que cuando sea posible distingan entre activos tangibles no producidos relacionados con el turismo (incluido el terreno para la construcción de estructuras y edificios turísticos, y el terreno destinado al recreo público y privado) y activos intangibles no producidos relacionados con el turismo (incluidos derechos de concesión de licencias, acuerdos de arrendamiento con opción de compra y otros contratos transferibles y adquiridos de buena fe).

#### Tabla 9

Consumo colectivo turístico, por productos y niveles de las administraciones públicas

4.72. Las filas de la tabla 9 muestran una lista propuesta de servicios de no mercado que se consideran servicios colectivos de no mercado relacionados con el turismo en términos de las subclases correspondientes de la CCP (anexo 5).

4.73. Debe subrayarse que la prestación de servicios individuales de no mercado, como los proporcionados por los parques nacionales y museos, no se contemplan en la tabla 9, ya que se consideran pertenecientes a las transferencias sociales en especie y se incluyen en el consumo turístico (tabla 4) porque sus beneficiarios pueden identificarse por separado.

4.74. En la tabla 9 se propone una compilación de esta información por productos y niveles de las administraciones públicas. La producción se mide, como sucede siempre en el caso de los servicios no de mercado en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, utilizando los costos de la producción, incluido el consumo de capital fijo como componente de dichos costos.

4.75. Se propone una columna adicional como partida informativa, con miras a recopilar información sobre los servicios que pueden redundar en beneficio de las industrias turísticas pero que son financiados por las propias industrias, por lo que no se consideran consumo colectivo turístico. En muchos países, las industrias turísticas son las que financian una parte de la promoción del turismo, las oficinas de información, etc. Este gasto es importante al medir la eficiencia de las políticas públicas.

#### Tabla 10

Indicadores no monetarios

4.76. En la tabla 10 se presentan algunos indicadores cuantitativos que están relacionados con las tablas anteriores y son importantes para la interpretación de la información monetaria proporcionada. Entre los indicadores se cuentan el número de viajes por formas de turismo; las categorías de visitantes y la duración de la estancia; indicadores físicos relativos a los tipos de alojamiento; medios de transporte utilizados por visitantes no residentes que viajan al territorio económico del país de referencia, y el número y el tamaño de los establecimientos que pertenecen a las industrias turísticas.

4.77. En el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se explicita que los indicadores físicos son un componente importante de las cuentas nacionales, por lo que no deberían

considerarse partidas secundarias de la cuenta satélite de turismo (véase el SCN, 2008, párr. 29.84). Sin embargo, será necesario redoblar los esfuerzos para reforzar el vínculo entre la lista provisional de indicadores no monetarios y las tablas monetarias. Los datos contenidos en esta tabla ayudarán a utilizar los indicadores no monetarios como un elemento clave del análisis del turismo.

## B. Agregados

4.78. Los agregados no son la característica principal de la cuenta satélite de turismo, cuyo principal objetivo es proporcionar información detallada y analítica sobre todos los aspectos del turismo: la composición del consumo turístico por productos, las industrias más afectadas por las actividades de los visitantes y sus relaciones con otras industrias, etc. No obstante, los agregados son sumamente útiles porque proporcionan indicadores breves de la magnitud del turismo.

4.79. Los principales agregados que se obtienen de las tablas son comparables con otros macroindicadores relativos al consumo y al valor añadido en un país. Los países que amplían el alcance de la producción y del consumo más allá de la frontera de la producción del Sistema de Cuentas Nacionales (párr. 1.18), deberían ser cautelosos al ponderar sus efectos en la compatibilidad conceptual de los agregados que se obtienen.

4.80. Los agregados de la cuenta satélite de turismo se miden en términos de la moneda nacional del país de referencia, tanto a precios corrientes (es decir, los que prevalecen en el período de observación) como a precios constantes (a saber, en relación con los precios que prevalecen en un período de base o de referencia). Esta última presentación tiene por objeto poner énfasis en los cambios operados en el volumen de actividades que difieren de los cambios operados de los precios y las instalaciones en la comparación temporal. Deberían seguirse los mismos métodos generales utilizados en la compilación de cuentas nacionales a precios constantes. En este empeño, tal vez sería pertinente generar y utilizar índices de precios específicos del turismo para tener en cuenta que el consumo turístico y el consumo de los hogares residentes en la economía podrían incluir diferentes calidades de productos, o las mismas calidades pero combinadas en proporciones diferentes.

### B.1. Agregados principales

4.81. Se recomienda la compilación de los siguientes agregados, que representan una serie de indicadores relevantes de la magnitud del turismo en una economía:

- Gasto turístico interior;
- Consumo turístico interior;
- Valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT);
- Valor añadido bruto directo turístico (VABDT), y
- Producto interior bruto directo turístico (PIBDT).

#### B.1.1. Gasto turístico interior y consumo turístico interior

4.82. Teniendo en cuenta que el turismo es un concepto impulsado por la demanda, es legítimo dar particular relevancia a los agregados que se centran en el gasto y el consumo dentro de una economía. El gasto turístico interior y el consumo turístico interior (registrados en la tabla 4) caracterizan globalmente las adquisiciones realizadas por los visitantes en la economía de referencia, siendo el gasto turístico el que se mide de un modo más inmediato, y el consumo turístico el más amplio.

4.83. Si los mismos principios del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 que orientan la compilación de las cuentas nacionales de un país se aplican a la cuenta satélite de turismo, es legítimo comparar estos agregados con los principales agregados de las cuentas nacionales, en particular el producto nacional bruto (PNB) y el producto interior bruto (PIB).

4.84. Los agregados relacionados con el gasto turístico y el consumo turístico no deberían expresarse como porcentajes del PIB o del consumo final del hogar a nivel global porque difieren en términos de cobertura, ya que tanto el gasto turístico como el consumo turístico incluyen el gasto incurrido por los productores en beneficio de los visitantes, que en las cuentas nacionales se clasifica como parte del consumo intermedio de las actividades productivas pero no como parte de la demanda final (párrs. 2.32 y 2.33). No obstante, pueden expresarse en términos porcentuales cuando estos valores se toman como punto de referencia. Debería recordarse que el PIB, a nivel global, equivale a la suma de la demanda final tras la deducción de importaciones en una economía (identidad que sólo es válida al nivel global).

#### B.1.2. Oferta turística

4.85. Con objeto de caracterizar la oferta turística, deberían compilarse tres indicadores diferentes, que difieren ligeramente entre sí y se complementan.

##### a) *Valor añadido bruto de las industrias turísticas*

4.86. El valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT) engloba el valor añadido bruto total de todos los establecimientos pertenecientes a las industrias turísticas, con independencia de que su producción esté orientada a los visitantes y del grado de especialización de su proceso de producción. No incluye el valor añadido de otras industrias no turísticas cuyos productos hayan sido adquiridos por los visitantes o por terceros en su beneficio.

4.87. Aunque el valor añadido bruto de las industrias turísticas es un indicador que se utiliza con frecuencia para medir la contribución económica directa del turismo en la economía de referencia, es probable que sea un indicador inadecuado de la magnitud del turismo en un país. La adquisición por los visitantes o por terceros en su beneficio de la producción generada por las diversas industrias turísticas puede oscilar entre una proporción amplia de la producción total (por ejemplo, transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular, alojamiento para visitantes) y una proporción mucho más pequeña (por ejemplo, restaurantes de servicio completo). Dado que “el carácter turístico” de una producción particular no se define principalmente por su naturaleza particular, sino por la específica condición pasajera del consumidor, existe una mayor brecha entre la producción de las industrias turísticas (oferta) y el consumo turístico interior (demanda) que en el caso de otros muchos fenómenos económicos definidos funcionalmente, como la educación y la salud. Como indicador tanto de la oferta como de la demanda, el valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT) podría deformar la contribución económica directa del turismo.

##### b) *Valor añadido bruto directo turístico*

4.88. Dado que una parte del valor añadido bruto puede asociarse mediante cálculos especiales al valor de parte de la producción de una unidad de producción, es posible definir un agregado —el valor añadido bruto directo turístico (VABDT)—, que añade la parte del valor añadido bruto generado por las industrias turísticas y otras industrias de la economía que atienden directamente a los visitantes en respuesta al

consumo turístico interior. La utilización del término “directo” en este agregado hace referencia al hecho de que la cuenta satélite de turismo mide únicamente esa parte del valor añadido (por las industrias turísticas y otras industrias) debido al consumo de los visitantes, y no toma en consideración los efectos indirectos e inducidos que podría generar dicho consumo.

4.89. Como indicador asociado al proceso de producción, el valor añadido generado no depende del modo como se utilice la producción de este proceso. Por consiguiente, aunque el consumo turístico no corresponde totalmente a los gastos de consumo final, el hecho de responder a la demanda generada por la parte del mismo que corresponde al consumo intermedio también genera valor añadido bruto.

4.90. El VABDT incluye la parte del valor añadido generado por todas las industrias en el proceso de suministro de bienes y servicios a los visitantes, a los visitantes potenciales (adquisición antes de un viaje) o a terceros en beneficio de los visitantes.

4.91. Si se compara esta medición con el valor añadido bruto de las industrias turísticas, este incluiría, por ejemplo, todo el valor añadido bruto generado por los restaurantes, incluidas las comidas consumidas por residentes locales, porque estos establecimientos forman parte de un industria turística. En cambio, el VABDT incluiría la parte del valor añadido bruto generado por comidas servidas en restaurantes a los visitantes, excluiría la parte del valor añadido bruto correspondiente a las comidas servidas por estos mismos restaurantes a residentes locales. Excluiría asimismo la parte del valor añadido bruto generado por los restaurantes en cualquier otra actividad secundaria, como los servicios de restauración a empresas locales y el alquiler de locales a terceros, y cualquier otra producción, a condición de que no se ofrezca a los visitantes.

4.92. No obstante, el valor añadido bruto directo turístico también incluye la parte del valor añadido bruto asociado con la producción de otras industrias (no turísticas) siempre y cuando esa producción responda al consumo turístico. Por consiguiente, el valor añadido bruto directo turístico puede considerarse independiente de la definición de los productos característicos del turismo y de las industrias turísticas, característica que aumenta su utilidad como medición internacionalmente comparable de la importancia económica del turismo.

4.93. Como se ha señalado anteriormente, el valor añadido bruto directo turístico sólo mide la parte del valor añadido bruto generado por las industrias turísticas y otras industrias en respuesta al consumo turístico interior; no mide los efectos directos totales del turismo, ya que excluye la contribución de otros componentes de la demanda turística interior total (sección B.2.4. Demanda turística interior total, y anexo 6).

4.94. El cálculo del valor añadido bruto directo turístico (y del siguiente agregado: el producto interior bruto directo turístico) presenta algunas particularidades en el caso de la adquisición de bienes por los visitantes (anexo 4).

### c) *Producto interior bruto directo turístico*

4.95. Con arreglo a las recomendaciones del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, el valor añadido bruto de los productores se establece a precios básicos. Es decir, los diferentes productos de cada industria se valoran a precios básicos, excluyendo todos los impuestos netos sobre los productos (es decir, los impuestos indirectos netos de subvenciones sobre la producción), y los insumos se valoran a precios de adquisición, es decir, incluyendo los márgenes del transporte y la distribución y todos los impuestos netos sobre los productos. No obstante, dado que los gastos de consumo se valoran en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 a precios de adquisición, incluidos todos los impuestos netos sobre los productos, existe una parte del impuesto sobre los



productos e importaciones de un país que está directamente relacionada con el consumo turístico y que se presenta en la tabla 6.

4.96. Dado que el PIB total de una economía equivale a la suma del valor añadido bruto generado por todas las industrias (a precios básicos), más los impuestos netos sobre los productos e importaciones, la parte del PIB atribuible directamente al consumo turístico interior puede medirse como la suma de la parte del valor añadido bruto (a precios básicos) generado por todas las industrias en respuesta al consumo turístico interior más los impuestos netos sobre los productos e importaciones incluidos en el valor de este gasto a precios de adquisición. Esta “parte del PIB” se denominará producto interior bruto directo turístico (PIBDT). Por lo tanto, el producto interior bruto directo turístico se deriva del consumo turístico interior del mismo modo que se deriva el valor añadido bruto directo turístico (VABDT).

4.97. En el cuadro 4.3 se muestra la relación entre los diferentes agregados económicos que caracterizan la magnitud del turismo desde la perspectiva de la oferta.

4.98. Es preciso señalar cuatro puntos:

- a) Desde la perspectiva de una cuenta satélite de turismo, los únicos indicadores que caracterizan estrictamente la oferta turística son el VABDT y el PIBDT. El valor añadido bruto de las industrias turísticas es una medida del turismo desde la perspectiva de la oferta, pero su falta de vínculos directos con el consumo turístico le impide ser una medida aceptable de la importancia que reviste el turismo para la oferta.
- b) El valor añadido bruto directo turístico y el producto interior bruto directo turístico pueden proporcionar mediciones de la contribución económica directa del turismo en la economía de referencia del mismo modo que el valor añadido bruto de cualquier industria puede expresarse y se expresa como porcentajes del valor añadido bruto total o del PIB total de dicha economía. Sin embargo, no hacen referencia al turismo como una industria comparable con otras industrias en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. No existe una industria turística para la cual el valor añadido y el PIB sean respectivamente el valor añadido bruto directo turístico y el producto interior bruto directo turístico. Estos son indicadores derivados de una conciliación del consumo turístico y de la oferta turística, y sus valores dependerán del ámbito de la medición del consumo turístico que un país adopte.
- c) El valor añadido bruto directo turístico y el producto interior bruto directo turístico sólo toman en consideración la contribución directa del turismo al valor añadido bruto o al PIB en la economía. No tienen en cuenta otros componentes de los efectos directos totales (párr. 4.93) o los efectos inducidos o indirectos, cuya medición requiere el empleo de técnicas avanzadas que se describirán en el anexo 6.
- d) Las estimaciones del valor añadido bruto directo turístico y del producto interior bruto directo turístico dependen de una serie de supuestos y de procedimientos de modelización implícitos, por lo que debe actuarse con particular cautela al interpretar o utilizar ambos agregados.

## B.2. Otros agregados

4.99. La elaboración de cuatro agregados adicionales puede ser útil: el empleo turístico, la formación bruta de capital fijo turística, el consumo colectivo turístico y la demanda turística interior total. Con la salvedad del empleo turístico, deberían ser objeto de un desarrollo más avanzado de la cuenta satélite de turismo (párr. 4.6).

Cuadro 4.3

**Relación entre los diferentes agregados económicos que caracterizan la magnitud del turismo desde la perspectiva de la oferta**

	Valor añadido bruto de las industrias turísticas	Valor añadido bruto directo turístico	Producto interior bruto directo turístico
Valor añadido bruto (a precios básicos) generado por la oferta a los visitantes por las industrias turísticas	Sí	Sí	Sí
Valor añadido bruto (a precios básicos) generado por la oferta a los no visitantes por las industrias turísticas	Sí	No	No
Valor añadido bruto (a precios básicos) generado por la oferta a los visitantes por otras industrias	No	Sí	Sí
Valor añadido bruto (a precios básicos) generado por la oferta a los no visitantes por otras industrias	No	No	No
Impuestos netos sobre productos e importaciones incluidos en el valor del consumo turístico interior (a precios de adquisición)	No	No	Sí

4.100. En el caso de la formación bruta de capital fijo turística y del consumo colectivo turístico obtenidos de las tablas 8 y 9, el carácter limitado de las estimaciones no se debe solo a cuestiones metodológicas, sino que puede atribuirse también a la falta de experiencia de las oficinas nacionales de estadística a la hora de definir soluciones operativas para la estimación de los datos correspondientes.

4.101. La demanda turística interior total es una medición sintética derivada de la agregación del consumo turístico interior, la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico. Este agregado tiene un interés analítico en la estimación de la magnitud económica del turismo en un país. Debe observarse que no incluye el consumo turístico emisor, cuyo valor total corresponde a una importación (la adquisición que realizan los residentes de los no residentes), por lo que no tiene efectos directos en la oferta de bienes y servicios en la economía de referencia o en el valor añadido.

**B.2.1. Empleo turístico**

4.102. Como sucede en el caso del valor añadido bruto directo turístico y del producto interior bruto directo turístico, la mano de obra como factor de producción puede asociarse con la producción total de un establecimiento, pero no puede asignarse a un producto particular o a una parte de la producción sin la utilización de supuestos y de procedimientos de modelización específicos. El empleo turístico entendido como el empleo estrictamente relacionado con los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y producidos por las industrias turísticas u otras industrias no puede observarse directamente. Esa es la razón por la que la cuenta satélite de turismo sólo recomienda la estimación del empleo en las industrias turísticas.

4.103. En el módulo de empleo turístico de la OCDE (anexo 8) se proporcionan un marco estadístico y orientaciones metodológicas para establecer el nivel de empleo y algunas características del empleo en las industrias turísticas.

4.104. En el *módulo de empleo* se establece un proceso que vincula datos básicos sobre el empleo con la cuenta satélite de turismo, utilizándola como un marco de integración (vínculo micro-macro). Este proceso utiliza indicadores del nivel general de empleo como los empleos, el número de empleados o los empleos equivalentes a tiempo completo, estableciendo asimismo una distinción entre el empleo estacional y los “empleos aparte” (empleos adicionales o secundarios) y una serie de variables claves de empleo.

4.105. Los países que cuentan con sistemas estadísticos avanzados deberían tener por objetivo compilar las tablas del módulo de empleo para vincularlas con la cuenta satélite de turismo y mejorar el análisis global de las variables claves de empleo, lo que ayudaría a comprender mejor el empleo turístico y a lograr una mayor comparabilidad entre los países (véase RIET, 2008, capítulo 7).

### B.2.2. Formación bruta de capital fijo turística

4.106. Como ya se ha señalado en los capítulos 2 y 3, existe una serie de perspectivas diferentes de la formación bruta de capital fijo turística, y podrían proponerse diferentes agregados dependiendo de los aspectos en los que se centre el análisis.

4.107. Por lo tanto, para los países en los que el turismo es particularmente relevante se propone la estimación de un agregado de la formación bruta de capital fijo turística a fin de orientar el desarrollo estadístico y la investigación ulteriores, pero no se utilizará un agregado específico para las comparaciones internacionales.

### B.2.3. Consumo colectivo turístico

4.108. Aunque los servicios colectivos de no mercado se han excluido del consumo turístico, eso no significa que no sea relevante la medición de los gastos incurridos por las administraciones públicas en los ámbitos relacionados con el turismo (gastos de promoción de mercado, de información, de planificación, etcétera) y que no se tenga en cuenta en la medición de agregados relativa a la importancia económica del turismo.

4.109. El sector público desempeña un papel importante en el desarrollo de las actividades turísticas en muchos países e instituye el marco jurídico para la actividad turística. Establece determinados controles sobre la producción de servicios y en algunos casos garantiza la calidad del servicio prestado mediante la concesión de licencias y la elaboración de códigos de conducta. Crea el marco jurídico para la inversión privada y establece normas para la preservación del medio ambiente y del patrimonio histórico y cultural. Estudia los movimientos de los visitantes y podría elaborar o promover iniciativas públicas para atraer visitantes a lugares específicos en determinados momentos del año. Organiza eventos importantes y coordina iniciativas privadas encaminadas a atender a los visitantes. En algunos casos organiza y controla la financiación de las inversiones necesarias para el turismo.

4.110. Estas funciones pueden desarrollarse en diferentes niveles de las administraciones públicas: nacional, regional (subnacional) e incluso al nivel local.

4.111. El valor de estas diferentes actividades elaboradas por las administraciones públicas puede establecerse con arreglo a los mismos parámetros de medición que cualquier otro servicio colectivo de no mercado; es decir, a través de su costo de

producción. El valor del consumo es, por convención, equivalente al valor de la producción.

4.112. No obstante, hay que reconocer que sólo unos pocos países han tratado de aplicar este esquema, razón por la cual —además de sus limitaciones conceptuales— sólo se cuenta con experiencia parcial y limitada en este tipo de medición. La estimación del consumo colectivo turístico se propone, pues, sólo como un ejercicio estadístico útil, y no se utilizará para la comparación internacional.

#### B.2.4. Demanda turística interior total

4.113. El consumo turístico interior es el agregado fundamental para describir la magnitud de la adquisición directa por los visitantes en un país de referencia. Sin embargo, podría preverse un concepto más amplio de demanda turística, y por ello podría ser razonable considerar que el agregado del consumo turístico interior pudiera complementarse de un modo significativo por otros componentes de la demanda final generados por un análisis centrado en los visitantes. No obstante, debe entenderse que la agregación de algunos componentes de la demanda no debería considerarse sinónimo de la agregación de los componentes de la demanda para constituir lo que algunos denominan “medición basada en los gastos del producto interior bruto directo turístico”, la cual sólo es significativa para una economía en su conjunto y no para un segmento particular de ella. Asimismo, no debería olvidarse que el consumo turístico incluye componentes que no están contemplados en el consumo final por las cuentas nacionales, como podrían ser objetos valiosos y algunos gastos relacionados con los visitantes de negocios y otros gastos cubiertos por los productores.

4.114. En la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* se propone un agregado adicional: la “demanda turística interior total”, que consiste en la suma del consumo turístico interior, la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico. Sin embargo, los desafíos que acarrear la definición y la medición asociados con la formación bruta de capital fijo turística y con el consumo colectivo turístico son, por extensión, igualmente pertinentes para la demanda turística interior total, por lo que aún no puede establecerse una definición precisa de la demanda turística interior total.

4.115. Así pues, en consonancia con las observaciones formuladas anteriormente, en la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, se pospone la estimación de este agregado para la comparación internacional hasta que se adquiera más experiencia y se realicen estudios metodológicos sobre la formación bruta de capital fijo turística y sobre el consumo colectivo turístico.



Tabla 1  
Gasto turístico receptor, por productos y categorías de visitantes

Productos	Gasto turístico receptor		
	Turistas (visitantes que pernoctan) (1.1)	Excursionistas (visitantes del día) (1.2)	Visitantes (1.3) = (1.1) + (1.2)
A. Productos de consumo <sup>a</sup>			
A.1. Productos característicos del turismo			
1. Servicios de alojamiento para visitantes		X	
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b		X	
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones		X	
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas			
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera			
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua			
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros			
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte			
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva			
9. Servicios culturales			
10. Servicios deportivos y recreativos			
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país			
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país			
A.2. Otros productos de consumo <sup>b</sup>			
B.1. Objetos valiosos			
Total			

**Nota:** X, no se aplica.

**a** El valor de "A. Productos de consumo" es deducido el valor del servicio pagado a las agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva.

**b** Cuando sea viable y relevante, los países deberían identificar por separado ambos componentes ("productos conexos al turismo" y "productos de consumo no conexos al turismo"). En ambos casos los bienes y servicios deberían identificarse por separado, si es posible (véase el párr. 4.15).

Tabla 2  
Gasto turístico interno, por productos, categorías de visitantes y tipos de viajes

Productos	Gasto turístico interno		
	Viajes internos <sup>a</sup>		
	Turistas (visitantes que pernoctan) (2.1)	Excursionistas (visitantes del día) (2.2)	Visitantes (2.3) = (2.1) + (2.2)
A. Productos de consumo <sup>b</sup>			
A.1. Productos característicos del turismo			
1. Servicios de alojamiento para visitantes		X	
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b		X	
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones		X	
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas			
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera			
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua			
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros			
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte			
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva			
9. Servicios culturales			
10. Servicios deportivos y recreativos			
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país			
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país			
A.2. Otros productos de consumo <sup>c</sup>			
B.1. Objetos valiosos			
Total			

Nota: X, no se aplica.

a El turismo interno abarca las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (véase el cuadro 2.1).

b El valor de "A. Productos de consumo" es deducido el valor del servicio pagado a las agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva.

c Cuando sea viable y relevante, los países deberían identificar por separado ambos componentes ("productos conexos al turismo" y "productos de consumo no conexos al turismo"). En ambos casos, los bienes y servicios deberían identificarse por separado, si es posible (véase el párr. 4.15).





Tabla 3  
Gasto turístico emisor, por productos y categorías de visitantes

Productos	Gasto turístico emisor		
	Turistas (visitantes que pernoctan) (3.1)	Excursionistas (visitantes del día) (3.2)	Visitantes (3.3) = (3.1) + (3.2)
A. Productos de consumo <sup>a</sup>			
A.1. Productos característicos del turismo			
1. Servicios de alojamiento para visitantes		X	
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b		X	
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones		X	
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas			
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera			
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua			
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros			
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte			
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva			
9. Servicios culturales			
10. Servicios deportivos y recreativos			
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país			
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país			
A.2. Otros productos de consumo <sup>b</sup>			
B.1. Objetos valiosos			
Total			

Nota: X, no se aplica.

<sup>a</sup> El valor de "A. Productos de consumo" es deducido el valor del servicio pagado a las agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva.

<sup>b</sup> Cuando sea viable y relevante, los países deberían identificar por separado ambos componentes ("productos conexos al turismo" y "productos de consumo no conexos al turismo"). En ambos casos, los bienes y servicios deberían identificarse por separado, si es posible (vease el párr. 4.15).

Tabla 4  
Consumo turístico interior, por productos

Productos	Gasto turístico interior		Gastos turísticos interiores	Otros componentes del consumo turístico <sup>a</sup>	Consumo turístico interior
	Gasto turístico receptor (1.3)	Gasto turístico interno (2.9)			
A. Productos de consumo <sup>b</sup>					
A.1. Productos característicos del turismo					
1. Servicios de alojamiento para visitantes					
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b					
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones					
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas					
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril					
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera					
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua					
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros					
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte					
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva					
9. Servicios culturales					
10. Servicios deportivos y recreativos					
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país					
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país					
A.2. Otros productos de consumo <sup>c</sup>					
B.1. Objetos valiosos					
Total					

<sup>a</sup> Los componentes deberían identificarse por separado, si es posible (párr. 4.41).

<sup>b</sup> El valor de "A. Productos de consumo" es deducido el valor del servicio pagado a las agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva.

<sup>c</sup> Cuando sea viable y relevante, los países deberían identificar por separado ambos componentes ("productos conexos al turismo" y "productos de consumo no conexos al turismo"). En ambos casos, los bienes y servicios deberían identificarse por separado, si es posible (véase el párr. 4.15).

Tabla 5  
Cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias (a precios básicos)

Productos	INDUSTRIAS TURÍSTICAS		
	1. Alojamiento para visitantes (5.1)	1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b (5.1a)	1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones (5.1b)
A. Productos de consumo <sup>a</sup>			
A.1. Productos característicos del turismo			
1. Servicios de alojamiento para visitantes			
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b			
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones			
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas			
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera			
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua			
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros			
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte			
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva			
9. Servicios culturales			
10. Servicios deportivos y recreativos			
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país			
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país			
A.2. Otros productos de consumo <sup>b</sup>			
B. Productos no destinados al consumo			
B.1. Objetos valiosos			
B.2. Otros productos no destinados al consumo <sup>c, d</sup>			
I. PRODUCCIÓN TOTAL (a precios básicos)			
II. CONSUMO INTERMEDIO TOTAL (a precio de adquisición) <sup>e</sup>			
(I.–II.) VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL (a precios básicos) <sup>a</sup>			
Remuneración de los asalariados			
Otros impuestos netos de subsidios sobre la producción			
Ingresos mixtos brutos			
Excedente bruto de explotación			

<sup>a</sup> El valor de "A. Productos de consumo" es deducido el valor del servicio pagado a las agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva.

<sup>b</sup> Cuando sea viable y relevante, los países deberían identificar por separado ambos componentes ("productos conexos al turismo" y "productos de consumo no conexos al turismo"). En ambos casos, los bienes y servicios deberían identificarse por separado, si es posible (véase el párr. 4.15).

<sup>c</sup> Comprende todos los demás bienes y servicios que circulan en la economía de referencia.



Tabla 5 (continuación)

## Cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias (a precios básicos)

Productos	INDUSTRIAS TURÍSTICAS		
	8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva (5.8)	9. Industria cultural (5.9)	10. Industria deportiva y recreativa (5.10)
A. Productos de consumo <sup>a</sup>			
A.1. Productos característicos del turismo			
1. Servicios de alojamiento para visitantes			
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b			
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones			
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas			
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera			
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua			
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros			
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte			
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva			
9. Servicios culturales			
10. Servicios deportivos y recreativos			
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país			
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país			
A.2. Otros productos de consumo <sup>b</sup>			
B. Productos no destinados al consumo			
B.1. Objetos valiosos			
B.2. Otros productos no destinados al consumo <sup>c, d</sup>			
I. PRODUCCIÓN TOTAL (a precios básicos)			
II. CONSUMO INTERMEDIO TOTAL (a precio de adquisición) <sup>e</sup>			
(I.–II.) VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL (a precios básicos) <sup>a</sup>			
Remuneración de los asalariados			
Otros impuestos netos de subsidios sobre la producción			
Ingresos mixtos brutos			
Excedente bruto de explotación			



Tabla 6  
Oferta interna y consumo turístico interior, por productos (a precios de adquisición)

Productos	INDUSTRIAS TURÍSTICAS			
	1. Alojamiento para visitantes		1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b	
	Producción (5.1)	Proporción turística (en valor)	Producción (5.1a)	Proporción turística (en valor)
A. Productos de consumo <sup>a</sup>				
A.1. Productos característicos del turismo <sup>b</sup>				
1. Servicios de alojamiento para visitantes				
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b				
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones				
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas				
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril				
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera				
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua				
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros				
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte				
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva				
9. Servicios culturales				
10. Servicios deportivos y recreativos				
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país		X		X
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país				
A.2. Otros productos de consumo <sup>b, c</sup>				
B. Productos no destinados al consumo <sup>b</sup>				
B.1. Objetos valiosos		X		X
B.2. Otros productos no destinados al consumo <sup>b, d, e</sup>				
I. PRODUCCIÓN TOTAL (a precios básicos)				
II. CONSUMO INTERMEDIO TOTAL (a precio de adquisición) <sup>f</sup>				
(I.-II.) VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL (a precios básicos)				
Remuneración de los asalariados				
Otros impuestos netos de subsidios sobre la producción				
Ingresos mixtos brutos				
Excedente bruto de explotación				

**a** El valor de "A. Productos de consumo" es deducido el valor del servicio pagado a las agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva.

**b** En lo que respecta a los bienes, la proporción turística debe establecerse únicamente sobre la base del margen del comercio minorista (véase el anexo 4).

**c** Cuando sea viable y relevante, los países deberían identificar por separado ambos componentes ("productos conexos al turismo" y "productos de consumo no conexos al turismo"). En ambos casos, los bienes y servicios deberían identificarse por separado, si es posible (véase el párr. 4.15).

**d** Comprende todos los demás bienes y servicios que circulan en la economía de referencia.





Tabla 6 (continuación)

## Oferta interna y consumo turístico interior, por productos (a precios de adquisición) \*

Productos	Otras industrias		Producción de los productores internos (a precios básicos)	
	Producción (5.14)	Proporción turística (en valor)	Producción (5.15) = (5.13) + (5.14)	Proporción turística (en valor)
A. Productos de consumo <sup>a</sup>				
A.1. Productos característicos del turismo <sup>b</sup>				
1. Servicios de alojamiento para visitantes				
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b				
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones				
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas				
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril				
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera				
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua				
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros				
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte				
8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva				
9. Servicios culturales				
10. Servicios deportivos y recreativos				
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país		X		X
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país				
A.2. Otros productos de consumo <sup>b, c</sup>				
B. Productos no destinados al consumo <sup>b</sup>				
B.1. Objetos valiosos		X		X
B.2. Otros productos no destinados al consumo <sup>b, d, e</sup>				
I. PRODUCCIÓN TOTAL (a precios básicos)				
II. CONSUMO INTERMEDIO TOTAL (a precio de adquisición) <sup>f</sup>				
(I.-II.) VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL (a precios básicos)				
Remuneración de los asalariados				
Otros impuestos netos de subsidios sobre la producción				
Ingresos mixtos brutos				
Excedente bruto de explotación				



Tabla 7  
Empleo en las industrias turísticas

Industrias turísticas	Número de establecimientos	Número de empleos por situación en el empleo*			
		Hombres	Mujeres	Total	Independientes
		Asalariados	Hombres	Mujeres	Total
1. Alojamiento para visitantes					
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b					
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones					
2. Industria de provisión de alimentos y bebidas					
3. Transporte de pasajeros por ferrocarril					
4. Transporte de pasajeros por carretera					
5. Transporte de pasajeros por agua					
6. Transporte aéreo de pasajeros					
7. Alquiler de equipos de transporte					
8. Industria de agencias de viajes y de otros servicios de reserva					
9. Industria cultural					
10. Industria deportiva y recreativa					
11. Comercio minorista de bienes característicos del turismo, específicos de cada país					
12. Otras industrias características del turismo, específicas de cada país					
Total					

Tabla 7 (continuación)  
Empleo en las industrias turísticas

Industrias turísticas	Número de horas trabajadas por situación en el empleo*				Número de empleos equivalentes a tiempo completo por situación en el empleo*					
	Asalariados		Independientes		Asalariados		Independientes			
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	
1. Alojamiento para visitantes										
1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b										
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones										
2. Industria de provisión de alimentos y bebidas										
3. Transporte de pasajeros por ferrocarril										
4. Transporte de pasajeros por carretera										
5. Transporte de pasajeros por agua										
6. Transporte aéreo de pasajeros										
7. Alquiler de equipos de transporte										
8. Industria de agencias de viajes y de otros servicios de reserva										
9. Industria cultural										
10. Industria deportiva y recreativa										
11. Comercio minorista de bienes característicos del turismo, específicos de cada país										
12. Otras industrias características del turismo, específicas de cada país										
Total										

\* En el período de referencia.

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

Productos	INDUSTRIAS TURÍSTICAS		
	1. Alojamiento para visitantes (8.1)	1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b (8.1a)	1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones (8.1b)
I. Activos fijos específicos del turismo			
1. Alojamiento para visitantes			
1.1. Hoteles y otras instalaciones de alojamiento para visitantes			
1.2. Casas de vacaciones de pleno dominio			
1.3. Casas de vacaciones con otros tipos de propiedad			
2. Otros edificios y estructuras no residenciales apropiados para las industrias turísticas			
2.1. Restaurantes y edificios similares para servicios de provisión de alimentos y bebidas			
2.2. Edificios e infraestructuras para el transporte de pasajeros de larga distancia			
2.3. Edificios para servicios culturales y similares, fundamentalmente para su utilización por los visitantes			
2.4. Instalaciones de deporte, recreo y esparcimiento			
2.5. Otras instalaciones y estructuras			
3. Equipo de transporte de pasajeros con fines turísticos			
3.1. Terrestre (inclusive carretera y ferrocarril)			
3.2. Marítimo			
3.3. Aéreo			
4. Otra maquinaria y equipo especializado para la producción de productos característicos del turismo			
5. Mejoras de terrenos utilizados con fines turísticos			
II. Inversión por las industrias turísticas en otros activos producidos no específicos del turismo			
(I + II) TOTAL			
Partida informativa			
III. Otros activos no financieros*			

Nota: X, no se aplica

\* Párr. 3.40 y anexo 5.



Tabla 8 (continuación)

## Formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y otras industrias

Productos	INDUSTRIAS TURÍSTICAS		
	8. Industria de agencias de viajes y de otros servicios de reserva (8.8)	9. Industria cultural (8.9)	10. Industria deportiva y recreativa (8.10)
I. Activos fijos específicos del turismo			
1. Alojamiento para visitantes			
1.1. Hoteles y otras instalaciones de alojamiento para visitantes			
1.2. Casas de vacaciones de pleno dominio			
1.3. Casas de vacaciones con otros tipos de propiedad			
2. Otros edificios y estructuras no residenciales apropiados para las industrias turísticas			
2.1. Restaurantes y edificios similares para servicios de provisión de alimentos y bebidas			
2.2. Edificios e infraestructuras para el transporte de pasajeros de larga distancia			
2.3. Edificios para servicios culturales y similares, fundamentalmente para su utilización por los visitantes			
2.4. Instalaciones de deporte, recreo y esparcimiento			
2.5. Otras instalaciones y estructuras			
3. Equipo de transporte de pasajeros con fines turísticos			
3.1. Terrestre (inclusive carretera y ferrocarril)			
3.2. Marítimo			
3.3. Aéreo			
4. Otra maquinaria y equipo especializado para la producción de productos característicos del turismo			
5. Mejoras de terrenos utilizados con fines turísticos			
II. Inversión por las industrias turísticas en otros activos producidos no específicos del turismo			
(I + II) TOTAL			
Partida informativa			
III. Otros activos no financieros *			





Tabla 9  
Consumo colectivo turístico, por productos y niveles de las administraciones públicas

Productos <sup>a</sup>	Niveles de las administraciones públicas			Consumo colectivo turístico (9.4)= (9.1)+(9.2)+(9.3)	Partida informativa <sup>b</sup>
	Nacional (9.1)	Regional (9.2)	Local (9.3)		Consumo intermedio por las industrias turísticas
85561	Servicios de promoción turística				
85562	Servicios de información turística				X
91135	Servicios administrativos relacionados con actividades de preparación y distribución de comidas, hoteles y restaurantess				
91136	Servicios administrativos relacionados con asuntos turísticos				X
Parte de:					
83700	Servicios de estudios de mercado y de encuestas de opinión pública				X
91260	Servicios de policía y de protección contra incendios				X
92219	Otros servicios de educación y formación, n.e.p.				
92920	Servicios de apoyo educativo				
TOTAL					

Nota: X, no se aplica.

a CCP, ver.2, subclases.

b Esta columna refleja los gastos de las industrias turísticas en promoción turística u otros servicios relacionados con los productos descritos, según proceda.

Tabla 10  
Indicadores no monetarios

A. Número de viajes y pernoctaciones, por formas de turismo y categorías de visitantes

	Turismo receptor			Turismo interno			Turismo emisor		
	Turistas (visitantes que pernoctan)	Excursio- nistas (visitantes del día)	Visitantes	Turistas (visitantes que pernoctan)	Excursio- nistas (visitantes del día)	Visitantes	Turistas (visitantes que pernoctan)	Excursio- nistas (visitantes del día)	Visitantes
Número de viajes									
Número de pernoctaciones		X			X			X	

Nota: X, no se aplica.

B. Turismo receptor: número de llegadas y pernoctaciones, por medios de transporte

	Número de llegadas	Número de pernoctaciones
1. Aire		
1.1. Vuelos regulares		
1.2. Vuelos no regulares		
1.3. Aeronaves privadas		
1.4. Otros medios de transporte aéreo		
2. Agua		
2.1. Líneas de pasajeros y transbordadores		
2.2. Cruceros		
2.3. Yates		
2.4. Otros medios de transporte por agua		
3. Terrestre		
3.1. Ferrocarril		
3.2. Autocares o autobuses y otros medios de transporte público por carretera		
i) Taxis, limusinas y alquiler de vehículos de motor privados con conductor		
ii) Alquiler de vehículos de tracción humana o animal		
3.4. Vehículo privado propio (con capacidad para ocho personas como máximo)		
3.5. Vehículo alquilado sin conductor (con capacidad para ocho personas como máximo)		
3.6. Otros medios de transporte terrestre: caballo bicicleta, motocicleta, etcétera		
TOTAL		



## Bibliografía

- Banco Mundial, Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo Monetario Internacional, Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. *Sistema de Cuentas Nacionales, 1993* (Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington, D.C., 1993).
- Banco Mundial, Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo Monetario Internacional, Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. *Sistema de Cuentas Nacionales, 2008* (Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington, D.C., 2008). <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/SNA2008.pdf>
- Comisión Europea. “Decisión de la Comisión 1999/34/EC de 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo”, en *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, No. L9 (15 de enero de 1999).
- Consejo de la Unión Europea. “Directiva 95/57/CE del Consejo de 23 de noviembre de 1995 sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo”, en *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, No. L291 (6 de diciembre de 1995).
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. “Update principles for travel and tourism national satellite accounting” (septiembre de 1998).
- Eurostat. Metodología comunitaria sobre las estadísticas del turismo (Luxemburgo, 1998).
- Eurostat. *Manual europeo de aplicación de las cuentas satélites de turismo* (Luxemburgo, 2000).
- Fondo Monetario Internacional. *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional*, sexta edición (MBP6), proyecto de publicación (diciembre 2008).
- Frechtling, Douglas C. “Assessing the economic impacts of travel and tourism: introduction to travel economic impact estimation Chap.”, J. R. Brent Richie y Charles R. Goeldner, eds., en *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*. 2a. ed. (John Wiley & Sons. Nueva York, 1994), capítulo 31.
- La cuenta satélite de turismo*. National Accounts and Environment Division Technical Series, No. 31 (Ottawa, julio de 1994).
- Naciones Unidas. Clasificación Central de Productos, versión 2 (Nueva York). <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/cpc-2.asp>
- Naciones Unidas. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas*, Rev.4 (Nueva York, 2008). <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/isic-4.asp>
- Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo. *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* (RIET, 2008) (Nueva York, Madrid, 2010).

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. *Manual on Tourism Economic Accounts* (1991).

\_\_\_\_\_ “OECD Tourism Statistics: Design and Application for Policy” (1996).

\_\_\_\_\_ “Measuring the Role of Tourism in OECD Economies: the OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment” (2000).

Organización Mundial del Turismo. “Determinación de la importancia del turismo como actividad económica en el marco del sistema de cuentas nacionales”. Informe presentado a la asamblea general de la Organización Mundial del Turismo, Nueva Delhi, 3 al 14 de octubre de 1983.

\_\_\_\_\_ “Cuenta Satélite del Turismo (CST): Marco conceptual”. Documento presentado a la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, Niza (Francia), 15 al 18 de junio de 1999.

\_\_\_\_\_ *Orientaciones generales para la elaboración de la Cuenta satélite de turismo* (Madrid, 2000), vol. 1: “Medición de la demanda turística total”, y vol. 2: “Medición de la oferta turística”.

\_\_\_\_\_ “Measuring the economic importance of the meetings industry: developing a Tourism Satellite Account extension” (Madrid, 2006).

Organización Mundial del Turismo, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas. *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual* (Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París, 2001).

Statistics Canada. “A proposal for a satellite account and information system for tourism” (Ottawa, junio de 1991).

# Índice temático

## A

- Actividad principal, 3.11
- Actividades características del turismo, 3.8, 3.9, cuadro 3.1
- Actividades características del turismo específicas de cada país, 3.8, 3.9, cuadro 3.1
- Actividades secundarias, 3.13, 4.91
- Activos fijos específicos del turismo, 2.46, 2.47, 2.49, 2.54, anexo 5
- Activos intangibles, 2.44, 3.40, 4.71, anexo 2
- Activos no producidos, 3.40, 4.71
- Adquisición de bienes y servicios, 2.21, 2.23, 2.28
- Agregados, 4.78, 4.80, 4.81
- Agregados turísticos (*véase* Agregados/Valor añadido bruto de las industrias turísticas/  
Valor añadido bruto directo turístico/Producto interior bruto directo turístico)
- Alojamiento, 2.19

## B

- Balanza de pagos, 1.13, 1.39, 1.44, 2.1, 2.2, 2.6, 2.11, 2.36, 4.9, 4.43, anexo 2
- Bienes (*véase* Tratamiento de bienes)
- Bienes de consumo duraderos, 2.39, 2.41
- Bienes de consumo duraderos con un único fin (*véase* Bienes de consumo duraderos de  
finalidad únicamente turística)
- Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística, 2.25, 2.26, 2.39, 2.41,  
2.42, 4.15, 4.41, anexo 5
- Bienes duraderos, 2.39, 2.41

## C

- Cambios operados en el volumen, 4.80
- Casas de vacaciones, 2.9, 2.10, 2.28, 2.37, 2.38, 2.47, 3.14, anexo 2
- Categorías de consumo turístico, 2.29, cuadro 2.1, 2.30, 4.20
- Comparaciones internacionales, 3.7, 3.10, 4.115
- Consumo colectivo turístico, 2.57, 2.64, 3.4, 4.6, 4.16, 4.33, 4.72, 4.99, 4.112, anexo 4
- Consumo intermedio, 3.32
- Consumo intermedio de los productores, 1.46, 2.28, 2.31, 2.32, 2.63, 4.13
- Consumo turístico, 2.25, 2.27-2.29, cuadro 2.1, 2.31, 4.29, 4.41
- Consumo turístico emisor, cuadro 2.1
- Consumo turístico interior, cuadro 2.1, 4.29, 4.42, 4.81, 4.82
- Consumo turístico interno, cuadro 2.1
- Consumo turístico nacional, cuadro 2.1
- Consumo turístico receptor, cuadro 2.1

Cuenta satélite de turismo, 1.12, 1.13, 1.15, 1.17, 1.18

Cuentas de producción, 4.16, 4.30, 4.44, 4.45

## D

Demanda turística interior, 3.4, 4.93, 4.99

Demanda turística interior total, 2.65, 4.93, 4.99, 4.101, 4.114

Duración de un viaje, 2.12, 2.14, 4.76

## E

Efectos económicos del turismo, anexo 6

Empleo, 3.36–3.39, 4.62–4.69, tabla 7, anexo 8

Empleo en turismo, 4.99, 4.102

Empleos, 3.38, 4.65, 4.66, anexo 8

Empleos equivalentes a tiempo completo, 3.38, 4.104, anexo 8

Entorno habitual, 2.6

Establecimiento, 3.11–3.13

Excursionista (*véase* Visitante del día), 1.4

## F

Formas de turismo, 2.29, cuadro 2.1, 4.29

Formación bruta de capital fijo turística, 2.44, 3.41, 4.6, 4.70, 4.99, 4.107, anexo 5

Frontera de la producción, 2.34, 4.79, anexo 2

## G

Gasto turístico, 2.21–2.25, 4.29, 4.36

Gasto turístico emisor, 4.40

Gasto turístico interior, 4.41, 4.81, 4.82

Gasto turístico interno, 4.39, 4.41

Gasto turístico receptor, 4.38

Gastos, 2.21–2.24

## H

Horas trabajadas, 3.38, 4.65, 4.68, anexo 8

## I

Impuestos netos, 4.95, 4.96, cuadro 4.3, anexo 4

Imputación, 2.35, 2.37, 3.15, anexo 2

Indicadores físicos (*véase* Indicadores no monetarios)

Indicadores no monetarios, 4.34, 4.76

Industria (*véase* Industria turística/Industrias turísticas)

Industria de las reuniones, 3.27

Industria turística, 3.11

Industrias turísticas, 3.5, 3.13, 4.2, 4.14, cuadro 4.2

Infraestructura relacionada con el turismo, 2.46, 2.50, 2.53, 2.54, anexo 5

Instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares, 2.26, 4.36, 4.41

Inversión por las industrias turísticas, 2.46, 2.49, 2.54

**L**

Lugar de residencia habitual (*véase* Residencia habitual)

**M**

Margen bruto, 3.21, 3.24

Mejora de la tierra utilizada con fines turísticos, anexo 5

Metadatos, 4.8

Métodos de valoración, 4.10

Módulo de empleo en turismo de la OCDE, 1.51, 4.103, anexo 8

Momento de registro, 4.9, 4.10

Motivo principal de un viaje, 2.15, 2.16, 2.18

Multipropiedad, 3.18-3.20, anexo 2, anexo 5

**N**

Niveles geográficos, anexo 7

**O**

Objetos valiosos, 2.21, 2.28, 3.7, 4.15, cuadro 4.1, cuadro 4.2, anexo 2

Oferta interna, 4.29, 4.31, 4.49

Operador turístico, 3.21, 3.24, 4.13, anexo 3

Otros componentes del consumo turístico, 4.15, 4.41

**P**

País de referencia, 2.20, 2.30

País de residencia, 2.7, 2.8

Paquetes turísticos, 3.22, 3.24, anexo 3

Precios actuales, 4.35, 4.80

Precios básicos, 4.9, 4.44, 4.58, 4.95, cuadro 4.3

Precios constantes, 4.35, 4.80

Precios de adquisición, 4.9, 4.22, 4.25, 4.44, 4.46

Principios de valoración, 4.9, 4.10, 4.38

Producidos por cuenta propia, 2.26

Producto interior bruto, 4.13, 4.31, 4.42, 4.47, 4.81, 4.83, cuadro 4.3

Producto interior bruto directo turístico, 4.31, 4.42, 4.59, 4.81, 4.95, cuadro 4.3, 4.98

Productores, 2.26, 2.28, 2.39, 2.44

Productos característicos del turismo, 3.7, 3.13, cuadro 3.1, cuadro 4.1, cuadro 4.2, anexo 2, anexo 5

Productos característicos del turismo específicos de cada país, 3.7, cuadro 3.1

Productos conexos al turismo, 3.7, cuadro 3.1, cuadro 4.1, cuadro 4.2

Productos turísticos, 3.7, 4.2, 4.14

**R**

Residencia (*véase* País de residencia)

Residencia habitual, 2.7, 2.8



**S**

Servicios colectivos no de mercado, 2.61-2.64, 4.72, 4.108, 4.111, anexo 5  
Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente, 2.26, 4.41  
Servicios de reserva, 3.21-3.24, anexo 3  
Sistema de Cuentas Nacionales, 1993, 1.6, 1.13, anexo 2  
Sistema de estadísticas de turismo, 1.14, 1.17, 1.19

**T**

Tablas oferta-utilización, 4.11, 4.12, anexo 2, anexo 4, anexo 6  
Transferencias en efectivo (*véase* Transferencias sociales en efectivo)  
Transferencias sociales en especie, 2.25, 2.26, 2.28, 2.61, 4.15, 4.41, 4.73  
Transacciones de trueque, 2.26, 2.28  
Transacciones por cuenta propia, 2.28  
Tratamiento de bienes, anexo 4  
Turismo, 1.1, 2.2, 3.1, 3.3, 4.1  
Turismo emisor, cuadro 2.1  
Turismo interior, cuadro 2.1  
Turismo interno, cuadro 2.1  
Turismo nacional, cuadro 2.1  
Turismo receptor, cuadro 2.1  
Turista, 2.12

**V**

Valor añadido, 3.32, 3.33  
Valor añadido bruto, 3.31-3.35, 4.86-4.98  
Valor añadido bruto de las industrias turísticas, 3.31-3.35, 4.86-4.87, 4.91, cuadro 4.3  
Valor añadido bruto directo turístico, 3.35, 4.31, 4.58, 4.81, 4.88, cuadro 4.3, 4.98  
Valor añadido neto, 3.32, 3.33  
Viaje/Viajes, 2.1, 2.2  
Viaje turístico, 2.16  
Vivienda principal, 2.9, 2.38, 2.47, 3.14  
Viviendas, 2.9, 2.10, 2.26, 2.28, 2.34, 2.37  
Viviendas secundarias, 2.9, 2.10, 2.26, 2.47, 3.16  
Visitante que pernocta (*véase* Turista), 1.4  
Visitantes, 2.2, 2.12  
Visitantes del día, 1.4, 2.12, 2.13, 4.38  
Visitantes internacionales, 2.8, 2.20  
Visitantes internos, 2.8, 2.13, 2.20

## Glosario de términos

**Agregados de la cuenta satélite de turismo**—Se recomienda la compilación de los siguientes agregados, que representan un conjunto de indicadores pertinentes de la magnitud del turismo en una economía (párr. 4.81):

- gasto turístico interior;
- consumo turístico interior;
- valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT);
- valor añadido bruto directo turístico (VABDT), y
- producto interior bruto directo turístico (PIBDT).

**Bienes de consumo duraderos**— Los *bienes de consumo duraderos* son aquellos que pueden utilizarse repetida o continuamente durante un período superior a un año, asumiendo una tasa normal o media de uso físico. Cuando son adquiridos por productores, se consideran bienes de capital utilizados para procesos de producción, como en el caso de los vehículos, las computadoras, etcétera. Cuando son adquiridos por los hogares, se consideran bienes de consumo duraderos (párr. 2.39).

**Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística**— Los *bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística* son una categoría específica de bienes de consumo duraderos integrada por bienes duraderos que son utilizados exclusivamente, o casi exclusivamente, por las personas durante los viajes turísticos (párr. 2.41 y anexo 5).

**Consumo turístico**— El consumo turístico tiene la misma definición formal que el gasto turístico. No obstante, el concepto de consumo turístico utilizado en la cuenta satélite de turismo va más allá del concepto de gasto turístico. En realidad, además de la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos, lo que corresponde a transacciones monetarias (el objetivo del gasto turístico), también se incluyen servicios asociados con alojamiento de vacaciones por cuenta propia, transferencias sociales en especie y otro consumo imputado. Estas transacciones deben estimarse utilizando fuentes diferentes de la información recopilada directamente de los visitantes, como informes sobre intercambio de hogares, estimaciones de alquileres asociados con casas de vacaciones, cálculos de servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (SIFMI), etcétera (párr. 2.25).

**Consumo turístico emisor**— El *consumo turístico emisor* es el consumo turístico de un visitante residente fuera de la economía de referencia (cuadro 2.1).

**Consumo turístico interior**— El *consumo turístico interior* es el consumo turístico de los visitantes residentes y no residentes en la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y el consumo turístico receptor (cuadro 2.1).

**Consumo turístico interno**— El *consumo turístico interno* es el consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia (cuadro 2.1).

**Consumo turístico nacional** — El *consumo turístico nacional* es el consumo turístico de los visitantes residentes, dentro y fuera de la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y del consumo turístico emisor (cuadro 2.1).

**Consumo turístico receptor** — El *consumo turístico receptor* es el consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia (cuadro 2.1).

**Cuenta de producción** — La *cuenta de producción* registra la actividad de producir bienes y servicios tal como se define en el Sistema de Cuentas Nacionales. Su saldo contable —el valor añadido bruto— se define como el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio, y es una medida de la contribución al PIB hecha por una unidad de producción, industria o sector. El valor añadido bruto es la fuente de la que proceden los ingresos primarios del Sistema de Cuentas Nacionales, y por tanto se lleva a la cuenta de distribución primaria del ingreso. Asimismo, el valor añadido puede medirse en términos netos, restando el consumo de capital fijo que representa la disminución en valor durante el periodo, del capital fijo utilizado en el proceso de producción (véase SCN, 2008, párr. 1.17).

**Demanda turística interior total** — La *demanda turística interior total* es la suma del consumo turístico interior, la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico (párr. 4.114). No incluye el consumo turístico emisor.

**Indicadores no monetarios** — La medición de datos en unidades físicas u otras unidades no monetarias no deben considerarse una parte secundaria de una cuenta satélite. Son componentes esenciales, tanto por la información que ofrecen directamente como en orden a analizar adecuadamente los datos monetarios (véase SCN, 2008, párr. 29.84).

**Margen bruto** — El *margen bruto* de un proveedor de servicios de reserva es la diferencia entre el valor al que se vende el servicio prestado por intermediación y el incremento del valor para el proveedor de servicios de reserva por este servicio prestado por intermediación.

**Objetos valiosos** — Los *objetos valiosos* son bienes producidos de valor considerable que no se utilizan principalmente con fines de *producción* o consumo, sino que se conservan como depósitos de valor con el tiempo (SCN, 1993, Rev.1 (2008), párr. 10.13).

**Producto interior bruto directo turístico** — El *producto interior bruto directo turístico* es la suma de la parte del valor añadido bruto (a precios básicos) generado por todas las industrias en respuesta al consumo turístico interior y los impuestos netos sobre los productos e importaciones incluidos en el valor de estos gastos a precios de adquisición (para 4.96).

**Proporción turística** — La *proporción turística* es la proporción de la parte correspondiente del consumo turístico interior en cada componente de la oferta (párr. 4.51). Para cada industria, la proporción turística de la producción (en términos de valor) es la suma de la proporción turística que corresponde a cada uno de sus productos (párr. 4.55).

**Ratio turístico** — Para cada variable de la oferta en la cuenta satélite de turismo, el *ratio turístico* es la relación entre el valor total de la proporción turística y el valor total de la variable correspondiente en la cuenta satélite de turismo expresada en términos porcentuales (párr. 4.56).

**Transferencias sociales en especie** — Un caso especial de transferencias en especie son las transferencias sociales en especie. Estas consisten en bienes y servicios producidos por las administraciones públicas e instituciones privadas sin fines

de lucro que sirven a los hogares (IPSFLSH), que son suministrados a los hogares individuales. Los servicios de salud y de educación son ejemplos destacados. En lugar de proporcionar una cantidad específica de dinero para comprar servicios médicos y de educación, los servicios son suministrados frecuentemente en especie para asegurar que la necesidad de los servicios es satisfecha. Algunas veces el beneficiario compra el servicio y es rembolsado por el sistema de seguridad social o de asistencia. Tal transacción se trata como una transferencia en especie porque el beneficiario solo actúa como agente del sistema de seguridad social (véase SCN, 2008, párr. 3.83).

**Valor añadido bruto** — El *valor añadido bruto* es el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio (párr. 3.32).

**Valor añadido bruto de las industrias turísticas** — El *valor añadido bruto de las industrias turísticas* es el valor añadido bruto total de todos los establecimientos pertenecientes a las industrias turísticas, con independencia de que su producción esté orientada a los visitantes y del grado de especialización de su proceso de producción. (párr. 4.86).

**Valor añadido bruto directo turístico** — El *valor añadido bruto directo turístico* es la parte del valor añadido bruto generado por las industrias turísticas y otras industrias de la economía que atienden directamente a los visitantes en respuesta al consumo turístico interior (párr. 4.88).



## Anexo 1

# Principales diferencias entre la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual de 2000 y de 2008*

Temas	CST: RMC, 2000	CST: RMC, 2008
Análisis del turismo según las características de los viajes y los visitantes	No se destaca su importancia.	Aunque las 10 tablas se refieren a estimaciones globales, se subraya la importancia de detallar los cálculos y los resultados.
Definición del consumo del visitante y sus diversos ámbitos de aplicación	El gasto de consumo total efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante para o durante su viaje y estancia en el lugar de destino.	Dos conceptos: gasto turístico y consumo turístico: <b>Gasto turístico:</b> se refiere a la suma pagada por la adquisición, para y durante los viajes turísticos, de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar. Comprende los gastos de los propios visitantes y los pagos o reembolsos por cuenta del visitante realizados por terceros. <b>Consumo turístico:</b> tal como se utiliza en la cuenta satélite de turismo, este concepto es más amplio que el de gasto turístico. Además del gasto turístico, abarca los servicios asociados con el alojamiento de vacaciones por cuenta propia, las transferencias sociales en especie en turismo y otro consumo imputado.
	Consumo final en efectivo de los visitantes.	En términos generales, similar al gasto turístico.
	Gastos de consumo final, en efectivo y en especie, incurridos por los visitantes: consumo turístico.	En términos generales, similar al consumo turístico: se explicita la diferencia con respecto al gasto turístico.
Diferencia entre una actividad (un mero proceso de producción) y una industria (una agrupación de establecimientos)	No se indican claramente las diferencias. Uso ambiguo de la terminología.	Se distingue claramente entre <i>industrias turísticas</i> que agrupan establecimientos cuya actividad principal es una actividad característica del turismo, y <i>actividades características del turismo</i>
Productos característicos	Lista única aplicable por todos los países.	Incluidos dos subconjuntos diferentes: A.1.i Productos característicos del turismo internacionalmente comparables A.2.ii Productos característicos del turismo específicos de cada país (cada país especificará los suyos).
Actividades características	Lista única aplicable por todos los países.	Las actividades características del turismo hacen referencia a ambas subcategorías de productos característicos del turismo (A.1.i y A.2.ii).
Industrias conexas	Se definen por separado: específicas de cada país.	Quedan excluidas desde el punto de vista conceptual.
Objetos valiosos	Quedan excluidos.	Se incluyen cuando son adquiridos durante los viajes.
Acuerdos de multipropiedad y otros tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones	No se mencionan.	Se reconocen.
Industria de las reuniones	No se menciona.	Se reconoce, pero se considera marginal, ya que su producción no es adquirida fundamentalmente por los visitantes.

Temas	CST: RMC, 2000	CST: RMC, 2008
Tratamiento de los bienes y los márgenes sobre los bienes	La ambigüedad como consecuencia de la falta de consenso sobre el tratamiento de los bienes adquiridos por los visitantes y el valor añadido generado en sus márgenes de producción figuran en los cuadros 1 a 6 como productos diferentes.	Las actividades comerciales minoristas se asocian con los bienes adquiridos por los visitantes, y las actividades asociadas con los productos característicos del turismo se consideran características del turismo (RIET, 2008). El valor añadido en la producción de bienes no forma parte del valor añadido bruto directo turístico, pero ha de tomarse en consideración en la estimación de los efectos indirectos. El tratamiento de los márgenes del comercio y el transporte en las tablas es similar al de las tablas de oferta-utilización del SCN, 2008 (se ha añadido una columna como elemento del valor de la oferta).
Turismo emisor	El turismo emisor es el turismo de los visitantes residentes fuera del territorio económico del país de referencia.	El turismo emisor comprende las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.
Tabla 7, Empleo en las industrias turísticas	Incluye los empleos por situación en el empleo y el número de empleados.	Incluye los empleos, las horas trabajadas y los empleos equivalentes a tiempo completo, por situación en el empleo.
Tabla 8, Formación bruta de capital fijo turística de las industrias de turismo y otras industrias	No se incluye la infraestructura destinada principalmente a fines turísticos.	Se incluye la infraestructura destinada principalmente a fines turísticos, pero sólo cuando es viable; se examina el desglose de productos.
Tabla 9, Consumo colectivo turístico, por productos y niveles de las administraciones públicas	El consumo colectivo turístico se presenta de forma ambigua, de conformidad con la Clasificación de las Funciones de las Administraciones Públicas (CFAP).	El consumo colectivo turístico es tan sólo una parte del gasto de las administraciones públicas a favor del turismo. Se presenta de conformidad con la Clasificación Central de Productos, versión 2.
Utilidad de la CST para la medición de los impactos económicos del turismo	Relación ambigua entre la cuenta satélite de turismo y el análisis de los impactos.	La CST mide la contribución económica directa del turismo en la economía de referencia, en respuesta al consumo turístico interior. Por consiguiente, no mide con exactitud los efectos directos totales del turismo, ya que excluye la contribución de otros componentes de la demanda turística interior total.

## Anexo 2

# Relación entre la cuenta satélite de turismo y el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008

El Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 (SCN, 2008) ofrece una gran flexibilidad en la concepción de cuentas satélite de orientación funcional, ya que la finalidad de dichas cuentas es centrarse en aspectos específicos de un campo de la economía, a fin de “escapar de algunas de las restricciones del marco central”. Por consiguiente, para un campo específico, serían posibles varias concepciones, centradas en diferentes aspectos considerados de un interés más particular. Éste es el caso del turismo.

El producto interior bruto (PIB) se considera ampliamente un agregado fundamental para medir los resultados económicos de una actividad productiva. Al establecer el marco de la cuenta satélite de turismo, el primer objetivo que se perseguía era ofrecer una medición global del turismo como actividad económica compleja que pudiera compararse fácilmente con el PIB y con el valor añadido bruto de otras actividades productivas o industrias. En efecto, una de las mayores preocupaciones al elaborar la cuenta satélite de turismo era proporcionar una medición fiable de la magnitud del turismo, agregado muy solicitado por las administraciones nacionales de turismo a cargo del turismo y que necesitaban algún tipo de medición objetiva de su ámbito de responsabilidad para poder obtener reconocimiento.

A continuación se presenta un breve resumen, orientado al lector general, de los principales conceptos utilizados por la cuenta satélite de turismo y de cuándo y cómo éstos se relacionan con los del marco central del SCN, 2008, en lugar de una descripción exhaustiva de la relación entre la cuenta satélite de turismo y el SCN, 2008.

## Frontera de la producción

En la descripción del turismo como actividad económica productiva era necesario emplear la misma frontera de la producción y la misma definición de un proceso de producción y de valor añadido que en el marco central del SCN, 2008, para poder expresar la importancia del turismo utilizando el mismo punto de referencia. Por lo tanto, con la salvedad de los servicios de alojamiento por cuenta propia y el servicio proporcionado por el personal empleado remunerado, no era posible imputar por los servicios prestados dentro de un hogar por cuenta propia en este contexto restrictivo, ya que estos servicios no se consideran dentro de la frontera de la producción del SCN, 2008, aunque se reconozca que dicha imputación podría revestir cierto interés al comparar los costos relativos de utilizar bienes de consumo duraderos de propiedad particular en lugar de contratar el servicio o de alquilar activos similares a empresas. Reconociendo que en algunos países el uso de automóviles particulares está muy extendido para los viajes turísticos, se recomienda realizar alguna estimación suplementaria especial de estos servicios como presentación alternativa de las cuentas, pero



fuera del marco de comparación internacional y de comparación con estimaciones nacionales del PIB.

## Consumo

Con respecto a la distinción entre gastos de consumo final y gastos de consumo intermedio, hubo que alejarse de las recomendaciones del marco central del SCN, 2008, debido a la importancia que reviste el turismo por motivos de negocios, que no sólo no podía excluirse, sino que para él los productores a menudo cubren directamente los gastos de sus empleados. En la cuenta satélite de turismo se propone una clasificación dual, no homogénea, de los llamados “gastos turísticos de los productores”. Estos gastos se refieren a los incurridos por los productores y que redundan en beneficio de los visitantes pero que están clasificados en el marco central de las cuentas nacionales como consumo intermedio. Esos gastos hacen referencia a los de transporte y alojamiento de los empleados durante sus viajes de negocios y a todos los gastos incurridos por los invitados de una unidad de producción durante un viaje y cubiertos por dicha entidad (invitaciones a eventos deportivos o culturales por cuenta de un socio comercial (cliente o proveedor)). A los efectos de la cuenta satélite de turismo, al considerar la actividad de los visitantes, estos gastos turísticos de los productores se consideran parte del consumo turístico, y no distintos, en esencia, de los gastos de consumo que en el SCN, 2008 se consideran gastos de consumo final de los hogares en su calidad de visitantes. No obstante, al calcular el valor añadido bruto de las industrias existe una clasificación dual: por una parte, este gasto es el consumo intermedio, y su valor se obtiene del valor total de la producción para el cálculo del valor añadido bruto directo de las industrias correspondientes como costo de producción; por otra parte, este gasto forma parte del consumo turístico, y como tal genera una demanda turística que al ser atendida genera valor añadido bruto directo turístico.

## Tratamiento de tipos innovadores de propiedad de casas de vacaciones

Al elaborar las *Orientaciones generales para la elaboración de la Cuenta satélite de turismo*<sup>1</sup> se examinó la cuestión de los acuerdos de multipropiedad con respecto a la propiedad de casas de vacaciones y se propusieron algunas soluciones. Se celebraron consultas ulteriores con el sector privado y con los países y de ellas nacieron nuevos análisis y sugerencias. Este tema lo tomaron posteriormente el Grupo de coordinación interinstitucional sobre estadísticas de turismo y el Grupo de Expertos en clasificaciones económicas y sociales internacionales. Reconociendo que el término “multipropiedad” utilizado actualmente hace referencia a diferentes situaciones que pueden clasificarse en términos generales en tres clases —a) propiedad traspasada; b) tipo de propiedad con “derecho de explotación”, y c) sistema de afiliación— que tienen características económicas bien definidas, deben proponerse diferentes soluciones para su tratamiento en las cuentas nacionales y en la balanza de pagos. Teniendo en cuenta que el marco de la cuenta satélite de turismo hace referencia únicamente a transacciones de bienes y servicios, se ha propuesto una solución específica para este ámbito restrictivo:

- Los derechos pagados por los propietarios por la utilización de instalaciones en régimen de multipropiedad (para servicio de lavandería, limpieza, etcétera) se incluyen en el gasto turístico.
- Los gastos corrientes diarios (servicios de gestión de la propiedad y otros pagos corrientes, como los impuestos sobre la propiedad) no forman parte del

<sup>1</sup> Organización Mundial del Turismo. Orientaciones generales para la elaboración de la Cuenta satélite de turismo: Medición de la demanda turística total (Madrid, 2000).

consumo turístico, ya que se asignan como costos para la actividad productiva asociada con la propiedad.

- Los gastos relacionados con “mejoras importantes” (evaluaciones especiales, que representan pagos adicionales realizados para hacer frente a gastos específicos a fin de aumentar y ampliar la vida de la propiedad física) también quedan excluidos del consumo turístico y formarían parte del aumento de los derechos del propietario, sea cual sea el análisis de tales derechos (con respecto a un activo físico, un activo financiero o un activo intangible producido o no producido).
- Los servicios de intercambio de multipropiedad y los servicios de venta de multipropiedad corresponderían al aspecto “titular de la propiedad” del acuerdo, y no tanto al “consumidor”, y quedarían excluidos del consumo turístico.

## Tratamiento de objetos valiosos y gasto turístico de importante valor unitario

En el caso de las adquisiciones directas realizadas por residentes en el extranjero y de las adquisiciones directas realizadas por no residentes en la economía, el *Manual de Balanza de Pagos y de posición de inversión internacional* (MBP6), sexta edición, y el SCN, 2008 incluyen en el comercio de mercancías adquisiciones de cualquier bien cuyo valor exceda el umbral aduanero, para excluir así dicha adquisición de la partida *viajes* (balanza de pagos) o del ajuste territorial (SCN).

En *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* y en *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, la adquisición de objetos valiosos se incluye en el gasto turístico (y, por ende, en el consumo turístico) y no se contemplan excepciones en el tratamiento sobre la base del valor unitario de los bienes adquiridos (ya que dichas excepciones, tal y como se formulan, no garantizan la uniformidad de tratamiento entre los países). De este modo se reconoce la importancia de dichas adquisiciones como motor del turismo en algunos lugares o por algunas categorías de visitantes.

### Grupos de productos y de establecimientos

La cuenta satélite de turismo utiliza grupos de productos y de establecimientos que difieren de los empleados habitualmente por los países en sus tablas oferta-utilización de conformidad con el SCN, 2008 —a pesar de que se obtienen de las clasificaciones internacionalmente aprobadas: la Clasificación Central de Productos (CCP), Versión 2, para los productos, y la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, Rev.4, para las actividades—, dado que la actual *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* se centra fundamentalmente en los productos característicos del turismo y las industrias turísticas. En general, este diferente enfoque no tiene consecuencias en los totales, sino únicamente en los desgloses por productos o industrias (véase la discusión relacionada con los servicios de reserva en el anexo 3).

### Valor añadido bruto directo turístico

Por último, debe subrayarse que el valor añadido bruto directo turístico (VABDT) —a saber, el agregado utilizado en la cuenta satélite de turismo para medir la magnitud del turismo— no corresponde al valor añadido bruto de ningún conjunto de unidades

productivas que elaboran procesos de producción similares, como es el caso de dichas mediciones en el marco central del SCN, 2008. El valor añadido bruto directo turístico (VABDT) se define como la parte del valor añadido bruto generado en la economía por las industrias turísticas y otras industrias que atienden directamente a los visitantes en su oferta de bienes y servicios en respuesta al consumo turístico interior. Una parte de este agregado puede ser generada por las industrias turísticas, y otra parte del mismo también puede ser generada por otras industrias. No todo el valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT) forma parte del valor añadido bruto directo turístico (VABDT), ya que estas industrias también pueden prestar servicios a los no visitantes, del mismo modo que las industrias no turísticas pueden atender a los visitantes y generar así parte del valor añadido bruto directo turístico (VABDT).

## Anexo 3

# Registro por separado de los servicios de reserva

En las estadísticas de turismo, y particularmente en la cuenta satélite de turismo, los servicios que prestan habitualmente las agencias de viajes, los operadores turísticos y otros proveedores de servicios de reserva (punto 8 de la clasificación de productos, véase el párr. 3.10) deberían tratarse de forma independiente con respecto a los demás servicios de consumo turístico que se adquieren a través de esos tres agentes. Este principio nace de la presunción de que es legítimo considerar que los proveedores de servicios de reserva realizan actividades características del turismo, por lo que en la cuenta satélite de turismo deberían figurar como proveedores directos de servicios a los visitantes. Asimismo, es necesario medir del mismo modo todos los servicios de reserva, con independencia de sus procedimientos concretos de remuneración (margen de beneficio, derechos o comisiones) (véase RIET, 2008, párrs. 6.47 a 6.52). Por consiguiente, debe considerarse que los usuarios de los servicios de reserva compran por separado esta producción, estimada a partir del *margen bruto* que generan, y que el valor de los demás servicios de consumo turístico adquiridos por medio de ellos debería establecerse “después de la deducción” de este margen bruto.

Como consecuencia de ese ajuste, no sólo se modifica el desglose por productos del consumo turístico de los visitantes, sino que también se alteran el valor global del consumo turístico interno, del consumo turístico emisor y del consumo turístico receptor, debido a los diferentes países de residencia de los proveedores de servicios de reserva, los proveedores de los servicios prestados por intermediación y los visitantes.

Aunque se modifiquen los valores del consumo turístico interno, emisor y receptor, el valor neto de las transacciones entre residentes y no residentes permanece inalterado, habida cuenta de que la disminución del consumo turístico emisor (caso *A.b infra*) se compensa con la reducción de las exportaciones de servicios de reserva (adquiridos por transportistas no residentes), y que la disminución del consumo turístico receptor (caso *A.d infra*) se compensa con la reducción de las importaciones de servicios de reserva (adquiridos por transportistas residentes), etcétera.

Pueden darse dos situaciones, que se describen en los apartados siguientes: la de las agencias de viajes y otros proveedores de servicios de reserva (caso A, del que se dan algunos ejemplos) y la de los operadores turísticos (caso B).

### A. Agencias de viajes y otros proveedores de servicios de reserva: cinco casos

Para facilitar la exposición, supongamos que el servicio adquirido corresponde al transporte aéreo internacional y que el procedimiento contable en vigor implica que el transportista compra el servicio a la agencia de viajes, por lo que ésta cobra una comisión. Así pues, el visitante compra el transporte aéreo internacional al transportista a un precio que incluye el valor de la comisión que éste da a la agencia de viajes.

a) El visitante, la agencia de viajes y la compañía de transporte son residentes en el país A

Según los principios contables vigentes, el visitante compra el transporte aéreo a la compañía de transporte, que es residente en el mismo país que el visitante: se trata de una transacción de residente a residente que forma parte del consumo turístico interno.

Si se aplica el principio de registrar por separado los servicios de reserva, el visitante compra a la agencia de viajes un servicio de reserva (transacción de residente a residente) y un servicio de transporte aéreo a la compañía de transporte (transacción de residente a residente): ambas transacciones forman parte del consumo turístico interno.

La única diferencia entre el procedimiento contable vigente y el registro en la cuenta satélite de turismo radica en una forma diferente de desglosar los productos. En ambos casos el consumo por el visitante forma parte del consumo turístico interno.

b) El visitante y la agencia de viajes son residentes en el país A; la compañía de transporte es residente en el país B

Según los principios contables vigentes, el visitante compra el transporte aéreo a la compañía de transporte, que no es residente en el país A; para el país A se trata de una transacción de residente a no residente que forma parte del consumo turístico emisor.

Si se aplica el principio de registrar por separado los servicios de reserva, para el país A el visitante compra un servicio de reserva a la agencia de viajes (transacción de residente a residente) y un servicio de transporte aéreo a la compañía de transporte (transacción de residente a no residente). En este caso el visitante compra dos servicios, uno de los cuales se contabiliza como consumo turístico interno, y otro como consumo turístico emisor. La suma de los dos importes constituye el total abonado.

Con este método se modifican los valores del consumo turístico interno y del consumo turístico emisor. El procedimiento contable vigente comprende todo el valor pagado en el consumo turístico emisor correspondiente al transporte, mientras que en la cuenta satélite de turismo este valor se dividiría en dos componentes: uno sería el consumo turístico emisor correspondiente al transporte por el valor pagado por el visitante tras la deducción del margen bruto de la agencia de viajes, y el otro pertenecería al consumo turístico interno correspondiente a la compra de servicios de reserva.

c) El visitante es residente en el país A; la compañía de transporte y la agencia de viajes son residentes en el país B

Según los principios contables vigentes, el visitante compra el transporte aéreo a la compañía de transporte, que no es residente en el país A; para el país A se trata de una transacción de residente a no residente que forma parte del consumo turístico emisor.

Si se aplica el principio de registrar por separado los servicios de reserva, para el país A el visitante compra un servicio de reserva a la agencia de viajes (transacción de residente a no residente) y un servicio de transporte aéreo a la compañía de transporte (transacción de residente a no residente). En este caso el visitante compra dos servicios, y ambos se contabilizan como consumo turístico emisor. Con este método no se modifica el valor del consumo turístico emisor porque para el país A tanto la agencia de viajes como el transportista son no residentes.

- d) El visitante y la agencia de viajes son residentes en el país B; la compañía de transporte es residente en el país A

Según los principios contables vigentes, para el país A, el visitante (no residente en el país A) compra el transporte aéreo a una compañía de transporte residente en el país A; para el país A se trata de una transacción de no residente a residente que forma parte del consumo turístico receptor.

Si se aplica el principio de registrar por separado los servicios de reserva, para el país A el visitante compra un servicio de reserva a la agencia de viajes (transacción de no residente a no residente) y un servicio de transporte aéreo a la compañía de transporte (transacción de no residente a residente). En este caso el visitante compra dos servicios, uno de los cuales no se contemplaría en las cuentas de turismo del país A (transacción de no residente a no residente, que forma parte del consumo turístico interno del país B y que no tiene efectos en la economía del país A), y otro que formaría parte del consumo turístico receptor para el país A.

- e) El visitante es residente en el país B; la agencia de viajes y la compañía de transporte son residentes en el país A

Según los principios contables vigentes, para el país A, el visitante (no residente en el país A) compra el transporte aéreo a la compañía de transporte residente en el país A; para el país A se trata de una transacción de no residente a residente que forma parte del consumo turístico receptor.

Si se aplica el principio de registrar por separado los servicios de reserva, para el país A el visitante compra un servicio de reserva a la agencia de viajes (transacción de no residente a residente) y un servicio de transporte aéreo a la compañía de transporte (transacción de no residente a residente). En este caso el visitante compra dos servicios que forman parte del consumo turístico receptor. Con este método no se modifica el valor del consumo turístico receptor, sino sólo su desglose por productos.

Podrían considerarse otros casos, pero el tipo de análisis siempre es el mismo: es necesario determinar sin ambigüedades el país de residencia del visitante, del proveedor del servicio de reserva y de los proveedores de los servicios prestados por intermediación.

Véase en la página siguiente el cuadro sinóptico ilustrativo de los cinco casos anteriores, en el que se toma el transporte internacional como ejemplo de otros servicios que pueden prestarse por intermediación.

## B. Operadores turísticos

La aplicación a la valoración de los paquetes turísticos del principio de contabilizar por separado los servicios de reserva y los del responsable de la elaboración de los paquetes supone considerar que el visitante compra de forma independiente cada servicio comprendido en dichos paquetes, incluidos los servicios del operador turístico y de la agencia de viajes a través de los que se efectúa la compra. El tratamiento de los paquetes turísticos es más complejo que el de los cinco casos descritos *supra*, pues no sólo ha de considerarse el país de residencia del visitante, la agencia de viajes y los proveedores finales de los servicios de consumo turístico prestados por intermediación, sino también el del operador turístico (que es responsable de su elaboración).

Según el procedimiento tradicional de registro, el que este tipo de transacciones se considere consumo turístico interno, receptor o emisor depende exclusivamente del

país de residencia del visitante y del país de residencia de la agencia de viajes que vende el paquete.

Si los servicios de reserva (y los de los operadores turísticos) se registran por separado (como en la cuenta satélite de turismo), la clasificación de las diferentes transacciones correspondientes a los servicios de la agencia de viajes, el operador turístico y los proveedores de los demás servicios de consumo turístico dependerán de sus países de residencia respectivos con respecto al del visitante. Los servicios de la agencia de viajes y del operador turístico se valorarán a partir de sus márgenes brutos respectivos, y los demás servicios de consumo turístico se contabilizarán en valores netos, de los que se deducirá el valor de los servicios prestados por el operador turístico.

### Sinopsis de los efectos generales de la deducción de los servicios de reserva del valor de los servicios que con ellos se adquieren, en una selección de cinco casos

País de residencia			Caso comentado	Forma de registro tradicional para el país A	Resultado de la deducción de los servicios de reserva
Del visitante	Del proveedor de servicios de reserva	Del proveedor de servicios prestados por intermediación (como el transporte internacional)			
A	A	A	a)	Consumo turístico interno: transporte internacional total	Consumo turístico interno: diferente desglose de productos
A	A	B	b)	Consumo turístico emisor (para el país A): exportación de servicios de reserva comprados por el transporte internacional	Servicios de reserva en el consumo turístico interno: transporte internacional en el consumo turístico emisor (valor neto de los servicios de reserva)
A	B	B	c)	Consumo turístico emisor: transporte internacional total	Consumo turístico emisor: diferente desglose de productos
B	B	A	d)	Consumo turístico receptor: transporte internacional total; importación de servicios de reserva comprados por el transporte internacional	Los servicios de reserva no se contabilizan como consumo turístico: transporte internacional en el consumo turístico receptor (valor neto de los servicios de reserva)
B	A	A	e)	Consumo turístico receptor: transporte internacional total	Consumo turístico receptor: diferente desglose de productos

## Anexo 4

# Tratamiento de los bienes<sup>1</sup> y las actividades comerciales minoristas

Desde la perspectiva del turismo, la actividad productiva asociada a los bienes adquiridos por los visitantes es la actividad comercial minorista que los pone a su disposición (véase RIET, 2008, párr. 5.40). Esto se debe a que ni la actividad que los produce, ni otras actividades de distribución y transporte de los bienes que los hacen llegar a los minoristas están en contacto directo con los visitantes, lo que constituye una condición indispensable para considerar que una actividad está directamente al servicio de los visitantes (lo que no significa estar físicamente en contacto con ellos). Por consiguiente, el tratamiento que ha de darse a los bienes y a las actividades comerciales minoristas en el marco de la cuenta satélite de turismo y, en particular, en el cálculo del valor añadido bruto directo turístico, requiere mayores explicaciones.

Aunque, por lo general, se considera que el consumo turístico está relacionado con los servicios (los alimentos y las bebidas suministrados por proveedores de servicios de alimentación se consideran servicios), los visitantes adquieren bienes, ya sea con miras a la realización de un viaje o durante el mismo, y en algunos casos la realización de compras podría convertirse en el principal motivo de un viaje turístico. El valor total a precios de adquisición de los bienes comprados por los visitantes forma parte del consumo turístico.

El análisis del turismo se centra inicialmente en la estimación de la contribución económica directa del turismo a las industrias que prestan servicios a los visitantes y que están situadas geográficamente en los lugares visitados o en los lugares de origen de los visitantes. Sin embargo, éste no suele ser el caso de los procesos de producción de bienes para su consumo por los visitantes. Los efectos más amplios del turismo en una economía se tomarán en consideración a la hora de medir las repercusiones económicas del turismo, lo que se examina en el anexo 6. Sólo en ese contexto se contemplarán la producción y otras actividades que atienden directamente a los visitantes.

Habida cuenta de que en las tablas de oferta-utilización del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 la producción y los productos se valoran a precios básicos (al igual que las importaciones), mientras que los empleos de los bienes y servicios se valoran a precios de adquisición, es necesario añadir al valor de cada bien (que figura en las filas de dicha tabla), desde la perspectiva de la oferta (a precios básicos), dos tipos de ajustes: uno se refiere a los impuestos netos de subvenciones sobre los productos e importaciones, cuyo valor no se contempla en la producción y las importaciones que se valoran a precios básicos pero se incluye en el valor a precios de adquisición; el otro se refiere a los márgenes del transporte y la distribución, que constituyen el valor de los servicios de transporte, comercio al por mayor y comercio al por menor incluido en el precio de adquisición del bien; es decir: el precio que asume el comprador final. Estos ajustes se presentan en las columnas, en las cuales, en cada casilla que se forma en la intersección con una fila muestran los ajustes correspondientes al producto de cada fila (por una parte, los impuestos netos de subvenciones, y por otra, los servicios de transporte,

<sup>1</sup> Las observaciones formuladas en este anexo hacen referencia, en su mayor parte, tanto a los bienes como a los objetos valiosos. En aras de la sencillez, el término "bienes" hace referencia también a los bienes como y a los objetos valiosos.



comercio al por menor y comercio al por mayor, en una o varias columnas). Con este procedimiento la oferta de cada producto en la economía (el total de la fila) se valora al mismo precio que sus empleos, esto es, a precios de adquisición.

Desde la perspectiva de la producción, el valor de producción de estos márgenes del transporte y la distribución se deriva de la suma de la producción de las diferentes industrias que generan dichos márgenes, y en particular, las industrias del transporte (en el caso del transporte) y del comercio (en el caso de los servicios comerciales mayoristas y minoristas). En las tablas oferta-utilización, el valor de estos servicios (que forma parte de la oferta global de las industrias internas en la tabla de la oferta) distribuidos inicialmente en filas específicas, se asigna a los bienes por medio de las columnas correspondientes a los márgenes del transporte y la distribución y sus casillas correspondientes, según el procedimiento siguiente: en las casillas que se forman en las intersecciones entre la(s) columna(s) de la oferta en la(s) que se presenta(n) los márgenes y las filas correspondientes a las industrias que producen estos servicios (transporte y comercio mayorista y minorista) se asentará el valor total de los servicios, precedido de un signo negativo, para que el valor total de la oferta relativa a la fila sea cero, habida cuenta de que no existe un uso específico para estos productos como tales (independientemente de los productos a los que están asociados). Por otra parte, estos valores “transferidos” de las actividades de distribución y transporte se asignarán a los productos correspondientes en la(s) columna(s) dedicada(s) a los márgenes, de tal modo que el total de la columna (márgenes del transporte y el comercio) para el conjunto de la economía sea igual a cero.

Por consiguiente no se contabilizarán por duplicado estos márgenes, que figurarán en primer lugar como la producción de las industrias que los producen, sino que se asignarán a continuación a los bienes a los cuales corresponden.

La tabla 6 de la cuenta satélite de turismo sigue el tipo de presentación que figura en las tablas oferta-utilización. Los márgenes del comercio y el transporte cuentan con una columna (o columnas) específica en el bloque relativo a la oferta y sólo se aplican a los bienes, es decir, a los bienes característicos del turismo y otros bienes específicos de cada país (que podrían representar una o varias filas). En todas las demás filas, el valor de la casilla de la columna correspondiente es cero, ya que los servicios no acarrean márgenes de comercio y transporte.

Con este tipo de presentación ya no es necesario aislar los márgenes como productos diferentes de los bienes a los que corresponden en el consumo turístico, como sucedía en la presentación de las tablas de la *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000*.

No obstante, para establecer las *proporciones turísticas*, que son valores necesarios para calcular el valor añadido bruto directo turístico, se utilizará el valor del margen del comercio minorista como la base para su cálculo, ya que este margen representa el valor de la producción del proveedor de servicios que pone el bien a disposición del visitante.

Por lo que respecta a los bienes característicos del turismo, la suma de estos márgenes del comercio y el transporte corresponde a márgenes del comercio minorista por un lado y a márgenes del comercio mayorista y el transporte por otro. Los márgenes del comercio minorista son los únicos que generan proporción; estos márgenes se atribuyen a la industria identificada como “Venta al por menor de bienes característicos del turismo específicos de cada país” (cuadro 4.2), mientras que los márgenes del comercio mayorista y el transporte se atribuyen a otras industrias (no generan proporción).

Por lo que respecta a los demás bienes (párr. 3.7), el valor de los márgenes del comercio y el transporte corresponde en su totalidad a otras industrias, y una parte del

mismo genera proporción (la parte correspondiente al comercio minorista), mientras que el resto del valor no genera proporción.

En ambos casos los márgenes del comercio minorista correspondientes vuelven a asignarse a las industrias que los produjeron (comercio minorista) a tenor del mismo proceso utilizado en la elaboración de las tablas oferta-utilización del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.

Las proporciones turísticas se establecerán exclusivamente en función de los márgenes generados por la industria del comercio minorista, con independencia de que sea característica del turismo o no. Se estima que valor restante de los bienes adquiridos por los visitantes no genera proporciones turísticas, ni valor añadido bruto directo turístico, sino solamente efectos indirectos (véase el anexo 6).

Es importante señalar que en el marco de las cuentas nacionales, y de conformidad con las recomendaciones del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 relativas a la elaboración de tablas oferta-utilización, existe la posibilidad de desglosar el valor de los bienes a precios de adquisición en su valor básico (el valor de los bienes a precios de productor, neto de impuestos sobre los productos), la suma de los impuestos netos sobre los productos (que forma parte de los precios de adquisición de los productos) y los márgenes del comercio y el transporte correspondientes (valor neto de impuestos sobre los productos) generados en los diferentes procesos por los que pasa el bien desde la venta por el productor hasta la venta al comprador final. En este caso la medición del consumo turístico que se rija por normas similares no debería verse limitada por consideraciones de datos.

Los países que en su compilación del valor añadido bruto directo turístico (VABDT) o del producto interior bruto directo turístico (PIBDT) utilizan el valor añadido de todas las actividades implicadas en la oferta de productos, en lugar de limitar su proporción al margen del comercio minorista, deberían proporcionar una estimación de los efectos de este método en el resultado. En particular, el valor añadido asociado con la actividad comercial minorista debería identificarse por separado. Esto facilitaría la comparabilidad internacional de las estimaciones.



## Anexo 5

# Listas propuestas de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística, partidas de la formación bruta de capital fijo turística y productos de mercado no vinculados con el consumo colectivo turístico

### A. Bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística

La lista propuesta de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística es flexible. Los países con o sin invierno o aquellos en los que pueden realizarse actividades acuáticas en el entorno habitual pueden utilizar diferentes listas de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística. Por este motivo la lista contiene dos categorías de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística: los que suelen ser comunes a todos los países y los que un país tal vez desee incluir debido a sus características particulares.

#### Lista de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística

Productos <sup>a</sup>	CCP, Versión 2	Todos los países	Opcional
Aeronaves y alas delta	49611, 49622	Sí	
Casas rodantes o vehículos recreativos	49113, 49222	Sí	
Caravanas (por ejemplo, equipadas especialmente para viajes)	49222	Sí	
Remolques de viaje y caravanas plegables	49222	Sí	
Equipaje	29220	Sí	
Equipo de campamento (tiendas, sacos de dormir, estufas de camping, etcétera)	27160, 27180, 36990	Sí	
<b>Otro equipo recreativo y deportivo<sup>b</sup></b>			
Embarcaciones de motor, motores fueraborda y remolques para embarcaciones	49490, 49229, 43110	Sí	
Motos acuáticas	49490		Sí
Veleros con o sin motor auxiliar, yates	49410, 38420		Sí
Canoas, kayaks y tablas de windsurf, incluidos accesorios	49490, 38420, 38440		Sí
Equipo de esquí (esquí, botas de esquí, chaquetas y ropa de esquí, etcétera)	29420, 38440		Sí
Equipo de caza y de pesca deportiva	29420, 38440		Sí
Equipo de buceo	38420		Sí
Esquí acuáticos y otro equipo de deportes acuáticos	38420		Sí
Equipo de alpinismo/senderismo/excursionismo	29420		Sí
Equipo de tenis o golf	38440		Sí

<sup>a</sup> La mayoría de estos productos son partes de las subclases de la CCP indicadas.

<sup>b</sup> Deberá ser establecida y completada por cada país en función de su propia situación. Las partidas se incluyen a título ilustrativo.

Con objeto de facilitar diferentes listas para diferentes países, se propone la categoría “Otro equipo recreativo y deportivo”, de manera que los países puedan especificar sus propios productos pertenecientes a esta categoría y reflejar las actividades típicas del país. Por ejemplo, algunos países incluirían esquís, otros incluirían esquís acuáticos, y otros incluirían raquetas de tenis y clubes de golf. Sin embargo, la inclusión de “otro equipo recreativo y deportivo” sería común a todos los países.

## B. Formación bruta de capital fijo turística

La formación bruta de capital fijo turística la integran tres categorías (párr. 2.46):

- a) Activos fijos específicos del turismo (que incluyen cinco subcategorías);
- b) Inversiones por las industrias turísticas en activos fijos no específicos del turismo, e
- c) Infraestructura relacionada con el turismo (no incluida en la tabla recomendada).

También se propone una partida informativa que comprende los activos no financieros no producidos adquiridos por las industrias turísticas, tanto tangibles como intangibles, como el terreno para la construcción de estructuras y edificios y el terreno destinado al recreo, así como entidades patentadas y contratos de arrendamiento y otros contratos transferibles.

Las partidas se clasifican con referencia a las definiciones y clasificaciones de activos contenidas en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 (véase SCN, 2008, capítulo 10).

Como en el caso de los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística, corresponde a cada país determinar el carácter turístico de determinados tipos de inversión en activos fijos y, en particular, a aquellos que han realizado inversiones específicas con este fin particular (por ejemplo, la construcción de campos de golf, puertos deportivos, pistas de esquí, instalaciones para recibir a visitantes en parques nacionales, etcétera) fundamentalmente orientadas al mercado turístico.

A nivel internacional es difícil analizar detalladamente las partidas de la CCP, versión 2 que corresponderían a cada una de las categorías aquí propuestas. Sin embargo, se alienta a los países a que, en la medida de lo posible, al elaborar la tabla sobre la formación bruta de capital fijo turística presenten las categorías detalladas de la CCP, versión 2, que se incluyen.

Las principales subcategorías de activos fijos específicos del turismo (según el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008) son las que aparecen en la tabla de la página siguiente.

El contenido de las subcategorías se guía por las siguientes orientaciones:

### 1. Alojamiento para visitantes

1.1. *Hoteles y otras instalaciones de alojamiento para visitantes*: hoteles, moteles, hostales, albergues juveniles, refugios de montaña, campings, campamentos y complejos vacacionales, unidades de alojamiento con desayuno incluido, etcétera.

1.2. *Casas de vacaciones de pleno dominio*: todo tipo de viviendas utilizadas como casas de vacaciones que son plenamente propiedad del hogar.

1.3. *Casas de vacaciones con otros tipos de propiedad*: todos los activos utilizados para otros tipos de propiedad de casas de vacaciones, como alojamientos en régimen de multipropiedad, propiedades fraccionarias, hoteles residenciales, etcétera.

## Principales subcategorías de activos fijos específicos del turismo

<b>1. Alojamiento para visitantes</b>
1.1. Hoteles y otras instalaciones de alojamiento para visitantes
1.2. Casas de vacaciones de pleno dominio
1.3. Casas de vacaciones con otros tipos de propiedad
<b>2. Otros edificios y estructuras no residenciales apropiados para las industrias turísticas</b>
2.1. Restaurantes y edificios similares para servicios de provisión de alimentos y bebidas
2.2. Edificios e infraestructuras para el transporte de pasajeros de larga distancia
2.3. Edificios para servicios culturales y similares, fundamentalmente para su utilización por los visitantes
2.4. Instalaciones de deporte, recreo y esparcimiento
2.5. Otras instalaciones y estructuras
<b>3. Equipo de transporte de pasajeros con fines turísticos</b>
3.1. Terrestre (inclusive carretera y ferrocarril)
3.2. Marítimo
3.3. Aéreo
<b>4. Otra maquinaria y equipo especializado para la producción de productos característicos del turismo</b>
<b>5. Mejora de la tierra utilizada con fines turísticos</b>

### 2. Otros edificios y estructuras no residenciales propios de las industrias turísticas

2.1. *Restaurantes y edificios similares para servicios de provisión de alimentos y bebidas:* restaurantes, cafeterías, bares y establecimientos de autoservicio (clubes nocturnos, discotecas, etcétera).

2.2. *Edificios e infraestructuras para el transporte de pasajeros de larga distancia por tierra, mar y aire:* terminales de pasajeros, líneas eléctricas para ferrocarriles de larga distancia destinados específicamente al transporte de pasajeros, construcción de instalaciones portuarias y atracaderos para transbordadores de pasajeros o cruceros, etcétera.

2.3. *Edificios para servicios culturales y similares, fundamentalmente para su utilización por los visitantes:* restauración de monumentos históricos, sitios turísticos, etcétera.

2.4. *Instalaciones de deporte, recreo y esparcimiento,* destinadas a actividades de ocio, fundamentalmente fuera del entorno habitual: construcción de piscinas o de otros servicios públicos para el recreo de los huéspedes de los hoteles o complejos turísticos, construcción de zoológicos y de parques de atracciones, estaciones de esquí, puertos deportivos, campos de golf, etcétera.

### 2.5. Otras instalaciones y estructuras.

### 3. Equipo de transporte de pasajeros

3.1. *Transporte terrestre:* a) transporte por carretera (autocares interurbanos, autocares para visitas a sitios turísticos, etc.) y b) transporte de pasajeros por ferrocarril (locomotoras, trenes diésel, vagones de pasajeros, excepto para trenes de cercanías, etc.).

3.2. *Transporte marítimo:* transbordadores de pasajeros y de vehículos, cruceros y yates, etcétera.

3.3. *Transporte aéreo:* aeronaves, planeadores y alas delta, globos y zeppelines de observación, vehículos para el transporte de equipaje, helicópteros, etcétera.

#### 4. Otra maquinaria y equipo especializado para la producción de productos característicos del turismo

Todos los bienes de capital no incluidos en otros rubros y asociados específicamente con la prestación de servicios a los visitantes por las industrias turísticas, como el equipo para la preparación industrial de comidas en restaurantes, el equipo especial para las terminales de pasajeros, el equipo y mobiliario para hoteles y restaurantes, el equipo deportivo, etcétera. Quedan excluidos los bienes de consumo duraderos adquiridos por los visitantes.

#### 5. Mejora de terrenos utilizados con fines turísticos

Recuperación de tierra del mar mediante la construcción de diques, muros de contención o embalses, la limpieza ecológica de bosques, etcétera, para que este terreno pueda ser utilizado con fines turísticos.

### C. Consumo colectivo turístico

Los países podrían clasificar la producción de las administraciones públicas de servicios colectivos de no mercado relacionados con el turismo en las siguientes subclases de la CCP, versión 2:

- 85561 Servicios de promoción turística
- 85562 Servicios de información turística
- 91135 Servicios administrativos relacionados con actividades de preparación y distribución de comidas, hoteles y restaurantes
- 91136 Servicios administrativos relacionados con asuntos turísticos
- Parte de:
  - CCP 83700 Servicios de estudios de mercado y de encuestas de opinión pública
  - CCP 91260 Servicios de policía y de protección contra incendios
  - CCP 92919 Otros servicios de educación y formación, n.e.p.
  - CCP 92920 Servicios de apoyo educativo

Se invita a los países a ampliar esta lista con otras propuestas.

## Anexo 6

# Medición de la repercusión económica del turismo

El turismo, definido como las actividades realizadas por los visitantes para y durante las visitas, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. Existe un considerable interés en la medición de los efectos de este aumento de la actividad económica, ya sea en un país en su conjunto o en una región, o incluso en un destino local.

La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber: el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad. Estos cambios de riqueza no sólo podrían producirse mediante el incremento del flujo de ingresos de los hogares, sino también a través de la modificación del valor neto inducida por los cambios en el valor de mercado (positivos o negativos) de los activos existentes, producidos y no producidos, en respuesta al cambio inducido en la demanda de este tipo de activos provocada por el turismo.

Dejando de lado la modificación del valor neto, el cambio en los ingresos derivado de la respuesta de los productores a la demanda adicional asociada con los visitantes puede estimarse mediante diferentes indicadores interrelacionados que podrían elaborarse utilizando la cuenta satélite de turismo en combinación con otro tipo de instrumentos y que estén relacionados con el valor añadido, el empleo, la remuneración de los asalariados, los ingresos brutos de las empresas, los ingresos públicos, etc.

En términos de análisis insumo-producto, se definen tres tipos de efectos: directos, indirectos e inducidos.

Los *efectos directos* tienen en cuenta únicamente los efectos inmediatos de la demanda adicional (el consumo turístico interior o la demanda turística interior total) en los procesos de producción y en la oferta de bienes y servicios en términos de bienes y servicios adicionales y del valor añadido adicional y sus componentes.

Como tal, la cuenta satélite de turismo sólo permite medir los efectos directos del consumo en la producción y en el valor añadido de las industrias turísticas y otras industrias que les prestan servicios (y es lo que indica el término “directo” en el valor añadido bruto directo turístico y el producto interior bruto directo turístico). No obstante, si sólo se mide el consumo turístico interior no se toman en consideración todos los efectos directos (párr. 4.101).

Para atender las necesidades de los visitantes, las actividades productivas requieren insumos adicionales. Por ejemplo, los restaurantes deben comprar y preparar un mayor número de comidas; los hoteles necesitan más productos de mantenimiento y servicios públicos; los parques acuáticos consumen más productos de limpieza y más agua; las empresas de transporte deben comprar más gasolina, combustible y piezas



de recambio, etcétera. Con frecuencia, también se requiere una inversión directa adicional para atender a nuevos clientes: deben construirse y limpiarse más carreteras, hoteles, restaurantes, playas, etcétera. El gasto inicial del visitante da lugar a un ciclo de incremento de la demanda de los bienes y servicios necesarios para satisfacer la demanda de estos bienes y servicios por parte de los visitantes. Estos insumos intermedios o bienes de capital han de producirse o importarse, lo que a su vez desencadena una demanda adicional de diversos factores de producción (recursos, trabajo y capital), fenómeno que se prolonga a lo largo de diversos ciclos hasta que se agota debido a las fugas (véase más abajo). A esta cadena de efectos que hace posible las actividades que atienden directamente las necesidades de los visitantes se le denomina *efectos indirectos* de la demanda de los visitantes.

La cadena de efectos indirectos del consumo turístico en otras industrias se debe a las *conexiones* de las industrias que atienden las necesidades del turismo con otras industrias que proporcionan al turismo insumos intermedios y bienes de capital, a las conexiones de estas industrias con otras que las abastecen, y así sucesivamente. Todos estos efectos generan un aumento del valor añadido, del empleo, de la remuneración de los asalariados, de los impuestos, de los ingresos, etcétera.

Asimismo, el aumento de los ingresos de la fuerza de trabajo y de los propietarios del capital productivo derivado del aumento de la demanda por parte de los visitantes genera un incremento de la demanda de bienes y servicios asociado al aumento del consumo de los hogares. Esta demanda adicional genera una cadena de *efectos inducidos* en una gran diversidad de bienes y servicios.

Los impactos económicos generales del turismo en la economía son una combinación de los efectos directos, indirectos e inducidos, y pueden establecerse para diferentes tipos de variables económicas.

Las *conexiones* y las *fugas* son dos fenómenos que deben identificarse claramente en una economía, ya que su intensidad tiene importantes consecuencias en la magnitud y la ubicación de los impactos económicos relacionados con la demanda turística.

### *Conexiones*

Se invita a los estadísticos de actividades productivas de todo el mundo a que elaboren tablas insumo-producto cuyo objetivo específico sea representar la interdependencia (las *conexiones*) entre los diferentes procesos de producción dentro de una economía. La tabla oferta-utilización que figura en las cuentas nacionales de un país cuando se orienta por las recomendaciones del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 es un tipo de tabla insumo-producto.

### *Fugas*

Las fugas tienen lugar cuando una parte de la creciente demanda que genera el turismo, y de las ganancias subsiguientes, en lugar de mantenerse en la economía visitada se desvía hacia otras economías a través de importaciones de bienes y servicios destinadas a atender las necesidades de los turistas o a través de otras formas de distribución y redistribución del ingreso primario que genera el gasto de los visitantes.

Las fugas también se extienden al segundo ciclo de producción y a los siguientes, es decir, no sólo incluyen las importaciones que se han identificado como las orientadas al consumo directo por los visitantes, a la inversión turística o al consumo intermedio (insumo) para la prestación de servicios directos a los visitantes o la producción de bienes de inversión turística (primer ciclo), sino que también incluyen los insumos importados y los activos fijos brutos necesarios para la producción de dichos insumos

y bienes de inversión (segundo ciclo) y así los insumos necesarios para la producción de dichos insumos y bienes de capital, etcétera.

Las fugas comprenden asimismo los flujos relacionados con la distribución y redistribución de los ingresos y el uso de los ingresos internos para un mayor gasto de consumo final que podría extenderse a los bienes importados. La suma de todas estas importaciones adicionales y salidas de capital en una economía se denominaría fugas indirectas, que exceden el ámbito de muchos análisis.

### Métodos utilizados para estimar los efectos indirectos e inducidos del turismo

Se utilizan, en líneas generales, tres métodos:

#### a) *Modelos basados en el análisis insumo-producto*

Una tabla de insumo-producto es un esquema matricial ampliamente utilizado para proporcionar información detallada y coherente sobre el flujo de bienes y servicios y sobre la estructura de los costos de producción. Todos los componentes de la demanda final se presentan por productos o industrias de origen, y el consumo intermedio se muestra por productos o industrias de origen y por productos o industrias de destino.

El uso de una tabla de insumo-producto permite expresar la relación técnica existente entre la producción por producto o actividad (a precios básicos) y el consumo intermedio por producto o actividad (a precios básicos) en forma de coeficiente técnico y establecer una matriz de coeficientes técnicos en la que cada casilla representa el valor necesario del insumo  $i$  para la producción de una unidad de valor del producto  $j$ .

Para tomar en consideración las fugas es necesario diferenciar los bienes y servicios de consumo, los insumos y los bienes de capital producidos a nivel local de los bienes importados, ya que los componentes de los importados no generan una cadena de producción interna.

El uso de modelos basados en las relaciones insumo-producto parte de varios supuestos que no siempre se cumplen; en particular:

- Una relación lineal entre los insumos y los productos expresada a través de la matriz de coeficientes técnicos;
- La estabilidad relativa de estos coeficientes técnicos a lo largo del tiempo, ya que la mayoría de los países sólo los supervisa ocasionalmente, y
- La estabilidad de la proporción de los productos y servicios que se producen localmente y los que no (producción realizada en otro país o en otra región del mismo país); es decir, la invariabilidad del origen de los productos.

En el caso del turismo, la aplicación de modelos insumo-producto es aún más compleja debido a que el consumo turístico comprende elementos que no dependen de la demanda final, sino del consumo intermedio de actividades realizadas por productores residentes.

Para efectuar cálculos aplicando este tipo de modelos no sólo se precisa de la existencia de una cuenta satélite de turismo, sino también de un Sistema de Cuentas Nacionales. Asimismo, este sistema no debería comprender únicamente una tabla de oferta-utilización detallada, sino también otra, en la medida de lo posible, en la que se pueda identificar por separado el componente importado de cada una de las casillas correspondientes a los insumos de todas las industrias, y del consumo turístico

interior (o de la demanda turística interior total). También sería necesario identificar, dentro de la formación bruta de capital fijo turística, sus componentes importados.

#### b) *Modelos de equilibrio general computable*

Aunque se basan en tipos de datos y supuestos similares, los modelos de equilibrio general computables están concebidos para sortear algunos de los obstáculos inherentes a los modelos insumo-producto, en particular los obstáculos relacionados con la variación de precios. En este tipo de modelos la tabla de oferta-utilización elaborada para un año dado representa una situación de equilibrio entre las diferentes variables del sistema. El turismo genera cambios en algunas de las variables, y el modelo, que suele basarse en la optimización, busca una nueva situación de equilibrio en las condiciones impuestas por el vector de la demanda turística y las relaciones existentes entre las diferentes variables de la tabla de oferta-utilización. Estas relaciones están modelizadas. Podrían adoptar cualquier forma y no son necesariamente lineales. Asimismo, estos modelos podrían tener en cuenta otros tipos de reacción al incremento de la demanda, incluidos los efectos en los precios de los insumos, el capital y la mano de obra, en los casos en que no hay capacidad para asumir este incremento a corto plazo.

Estos complejos modelos son iterativos y suelen converger en una solución única, dado un vector de la demanda.

A diferencia de los modelos insumo-producto, cuya forma, operación, requisitos en materia de datos e interpretación son ampliamente conocidos y acordados, los modelos de equilibrio general computable varían en lo que respecta a los datos requeridos, los supuestos y la estructura. Muchos de estos modelos de equilibrio son patentados y no se explican para su evaluación o utilización públicas, por lo que son menos adecuados para las comparaciones internacionales.

#### c) *Multiplicadores*

Los procesos de los modelos *a)* y *b)* *supra* son técnicamente complejos y precisan de gran cantidad de información. Por este motivo los analistas utilizan a veces multiplicadores exógenos (tomados de otras economías o regiones), que convierten el valor del consumo turístico (total o por categorías de productos) en estimaciones de los efectos indirectos e inducidos.

Estos multiplicadores son de diversos tipos. Algunos asocian el cambio en la variable considerada (el valor añadido, el empleo, los ingresos públicos) al gasto turístico inicial. Otros asocian los efectos directos y los efectos indirectos e inducidos en una variable (por ejemplo, la remuneración de la mano de obra) con los efectos directos de la misma variable, por lo que se denominan *multiplicadores de ratio*.

Teniendo en cuenta su simplificación excesiva, y dado que no suelen basarse en una descripción pormenorizada de la especificidad del turismo y de la economía considerada, el uso de multiplicadores exógenos aporta únicamente resultados aproximados.

## Anexo 7

# Adaptación de la cuenta satélite de turismo a los niveles subnacionales

Tanto desde la perspectiva de la oferta como desde la de la demanda, el turismo en un país está “localizado” de un modo poco uniforme en el territorio nacional. Por consiguiente, genera demanda adicional en diferentes niveles territoriales, que debe medirse utilizando estadísticas fiables y adecuadas para que los agentes públicos y privados tomen decisiones coherentes y compatibles con las estadísticas nacionales y regionales.

La localización territorial del turismo es necesaria desde una perspectiva tanto regional como nacional. Por tanto, la elaboración regional de los sistemas de estadísticas de turismo de un país es obligatoria. Su aplicación dependerá de la prioridad que se conceda a cualquiera de los dos enfoques siguientes: el enfoque interregional o de regionalización, o el enfoque regional.

En las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008* se examinan las cuestiones específicas relacionadas con la elaboración de estadísticas de turismo que abarquen diferentes entornos geográficos y con la necesidad de definiciones y conceptos que se adapten a estos nuevos lugares, en particular el entorno habitual, la definición de las diferentes categorías de visitantes y la existencia de diferentes procedimientos para relacionar las estadísticas de turismo a otros niveles subnacionales con las estadísticas nacionales de turismo (véase RIET, 2008, capítulo 8, párr. 8.26 a 8.32).

Existen diversos motivos para estimular la discusión sobre la manera como la cuenta satélite de turismo puede adaptarse a los niveles subnacionales:

- La tendencia mundial a un cierto grado de descentralización del poder político y, más en particular, a la gestión descentralizada de los recursos nacionales en los estados federales, regiones, municipios, etcétera, los cuales, para asignar y controlar esos recursos de un modo eficaz, necesitan información regional y local más abundante y mejor integrada.
- La naturaleza polifacética de las actividades turísticas, que pueden beneficiar potencialmente a las zonas rurales que pretenden diversificar su actividad, así como a las zonas que se pasan por alto en lo que respecta al modelo de producción preponderante.
- La desigualdad en términos de distribución geográfica y características de la actividad turística que se observa en el territorio nacional, tanto desde el punto de vista de la oferta como del de la demanda, lo que conduce a requisitos adicionales para las estadísticas de turismo en los diferentes niveles territoriales.
- El creciente interés de las empresas relacionadas con el turismo por conocer mejor la interrelación de su actividad con otras actividades y sus principales determinantes y ciclos estacionales.

- La necesidad de mejorar la asignación de recursos en las economías nacionales y locales, lo que sólo puede lograrse mejorando las referencias cuantitativas y midiendo los impactos económicos.

Existen dos posibles enfoques de esta adaptación:

- El enfoque *interregional*, que sería común a todas las regiones del territorio nacional, se basaría en el Sistema de Cuentas Nacionales y estaría estrechamente vinculado con él. Se trata de un enfoque que depende de la existencia de una cuenta satélite de turismo y de la disponibilidad en cada región de información turística uniforme para cada una de las tablas y agregados que se han de regionalizar.
- El enfoque *regional*, que supondría elaborar una cuenta satélite de turismo específica para una región concreta. En este enfoque también pueden identificarse situaciones específicas y diferenciadoras para territorios subregionales importantes, siempre que exista suficiente información sobre ellos.

Para cualquiera de estos enfoques, lo primero que ha de señalarse es que no existe un marco conceptual a nivel regional equivalente al del Sistema de Cuentas Nacionales: el Sistema de Cuentas Nacionales 2008 no define un marco específico para la contabilidad regional, y los sistemas estadísticos generales de la mayoría de los países tampoco están concebidos a tal efecto. Cuando las cuentas nacionales hacen alusión a las cuentas regionales se refieren a una tabla o a un conjunto de agregados, pero nunca a un conjunto de cuentas asociadas elaboradas a un nivel similar. Esto se debe no sólo a dificultades de observación, muchas de las cuales obedecen a la inexistencia de controles fronterizos en estos territorios, sino también al hecho de que muchos conceptos de contabilidad nacional no son directamente aplicables a nivel subnacional.

Sólo en el Sistema Europeo de Cuentas (el SEC-2000 es una adaptación del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008) existe un programa simplificado de cuentas regionales, que debe su existencia a la política regional aplicada por la Unión Europea para la distribución de fondos estructurales y de otro tipo.

En la actualidad, para ninguno de ambos enfoques (el *interregional* o el estrictamente *regional*), ni para cada región en la mayoría de los países, es posible identificar de manera estricta la actividad turística en términos del programa utilizado en la concepción del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 y en la de la cuenta satélite de turismo, cuya representación formal es un conjunto de cuentas interrelacionadas y de agregados contables. Existen tres razones principales para ello:

- No todas las variables turísticas (por ejemplo, viajes, residencia y formas de turismo) son aditivas o fácilmente transferibles desde el entorno nacional al nivel subnacional; esto mismo se aplica a otras variables, como la exportación e importación de bienes y servicios.
- Algunas actividades no pueden regionalizarse en sentido estricto (actividades auxiliares de unidades multirregionales y servicios gubernamentales centrales relacionados con el turismo), y para otras, como el transporte interregional de pasajeros y los servicios de los operadores turísticos y las agencias de viajes (más específicamente, la desagregación del paquete turístico), la medición es aún más complicada que a nivel nacional.
- La gran cantidad de información estadística que se necesita, porque aunque oficialmente existan fronteras administrativas que delimitan las regiones, se produce la libre circulación de las personas, los bienes, los servicios, el capital, etcétera, lo que significa que no se han establecido instrumentos para controlar los flujos que salen de una región y que entran en ella.

No obstante, las mayores restricciones tienen lugar en lo que respecta a la demanda, debido tanto al requisito de adaptar el marco conceptual de la cuenta satélite de turismo (las definiciones de conceptos como el entorno habitual, la residencia, las formas de turismo, los viajes y el motivo del viaje son los ejemplos más destacados) como a la complejidad y el costo que representa captar los datos correspondientes.

Entre los estadísticos y contables nacionales, en particular, la primera opción (*interregional*) corresponde a lo que se conoce como “enfoque descendente”, mientras que la segunda (*regional*) se conoce como “enfoque ascendente”.

Debe señalarse que el enfoque descendente proporciona un conjunto de estimaciones regionales que ascienden a los totales de la cuenta satélite de turismo nacional, pueden interpretarse como porcentajes de aquellos totales y son comparables entre sí, mientras que el enfoque ascendente probablemente produzca un conjunto de estimaciones regionales que ascienden a totales más elevados que los de la cuenta satélite de turismo nacional y que sólo pueden compararse equitativamente entre sí.



## Anexo 8

# Módulo de empleo turístico de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos

En el módulo de empleo turístico de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) se presenta un marco conceptual y metodológico con un conjunto de variables de empleo fundamentales (puede descargarse en el sitio Web [www.oecd.org/cfe/tourism](http://www.oecd.org/cfe/tourism), en inglés). Este trabajo pone de relieve la importancia que revisten las cuestiones del empleo y los recursos humanos para las industrias relacionadas con el turismo y, por consiguiente, la necesidad de proporcionar datos completos y fiables sobre el empleo a los usuarios, tanto públicos como privados. Las directrices son coherentes con los conceptos y definiciones adoptados en otras áreas de las estadísticas socioeconómicas y de turismo, en particular el Sistema de Cuentas Nacionales 2008, las normas de la Organización Internacional del Trabajo, las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*, las directrices de la OCDE sobre cuentas satélite de turismo, de 1999, y la presente *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*. La metodología pretende ser sencilla y flexible, para facilitar su adopción y adaptación.

### Objetivos

El principal objetivo del módulo de empleo turístico de la OCDE es proporcionar un marco estadístico y orientaciones metodológicas para establecer el nivel y algunas características del empleo en las industrias turísticas. Esto se hace fundamentalmente desde la perspectiva de la oferta. En otras palabras: sólo se toma en consideración el empleo en un conjunto de industrias características del turismo seleccionadas. Aun cuando el módulo de empleo de la OCDE está estrechamente vinculado con las cuentas satélites de turismo, también debería ser independiente, es decir, el empleo no sólo debería considerarse un factor en el proceso de producción, sino también un fenómeno social.

Un objetivo que se contempla es que la aplicación de esta metodología mejore la comparabilidad internacional de estadísticas del empleo en las industrias turísticas. Esto no será una tarea fácil, porque la comparabilidad de datos sobre el empleo ya se ve dificultada por las diferencias existentes en los métodos y definiciones entre los países. Incluso a nivel nacional, las estadísticas de empleo y las fuentes de datos proporcionan con frecuencia resultados diferentes y fragmentados.

### El marco conceptual

El módulo de empleo turístico de la OCDE establece un proceso que vincula los datos básicos sobre el empleo con la cuenta satélite de turismo utilizando el módulo de empleo como un marco de integración (vínculo micro-macro). En este proceso se



utilizan indicadores del nivel general del empleo relacionado con el turismo —como los empleos, el número de empleados o los empleos equivalentes a tiempo completo— y se establece una distinción adicional para el empleo estacional y los empleos “aparte”, y variables de empleo fundamentales, como el sexo, la edad, el nivel de educación, la nacionalidad, la situación en el empleo, el régimen de trabajo, la antigüedad media, el promedio de horas trabajadas, el promedio de ingresos brutos, la permanencia de empleos y las horas de trabajo irregulares. La cuenta satélite de turismo proporciona un vínculo entre la demanda turística y la oferta turística. Esto se traduce en una selección de industrias relacionadas con el turismo, consideradas desde la perspectiva de la oferta. Dicho marco brinda posibilidades de integración y coordinación estadística.

### **El camino por delante**

El módulo de empleo turístico puede mejorar considerablemente la comparabilidad nacional e internacional de los datos sobre el empleo relacionados con el turismo. Puede servir de punto de referencia para el establecimiento de otros datos sobre el empleo y propiciar así una mejor visión general y una mayor comparabilidad. Sin embargo, la conexión entre el módulo de empleo turístico de la OCDE y la cuenta satélite de turismo no debería considerarse la solución única y perfecta. En el módulo de empleo turístico de la OCDE también se ponen de relieve ámbitos en los que podrían realizarse más investigaciones. La experiencia de los países en la aplicación del módulo de empleo y el trabajo de cooperación que realizan actualmente diversas organizaciones internacionales deberían ayudar a aclarar algunas de estas cuestiones.