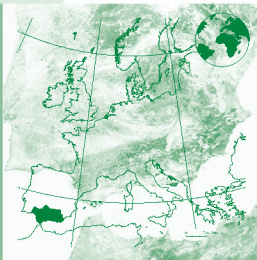




JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía CSTA 2000

© Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41071 Sevilla
Teléfono: 955 065 100
Fax: 955 065 164

Elaboración

Turismo Andaluz, S.A.
Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)

Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 952 129 300
Fax: 952 129 315
correo-e: saeta@andalucia.org

www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte
www.andalucia.org

Diseño y Maquetación

innovalMAGEN Comunicación & Publicidad

Impresión

Imagraf Impresores
Depósito Legal: MA-1.808-06

Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2000

Desde 1995, la Organización Mundial del Turismo ha ido avanzando en el desarrollo del proyecto de la Cuenta Satélite de Turismo con el fin de armonizar las estadísticas del sector y crear normas internacionales sobre conceptos, clasificaciones y definiciones, que permitan establecer comparaciones válidas con otras industrias y otros países o territorios. La metodología fue aprobada en el 2000 por las Naciones Unidas.

La CST es un instrumento fundamental para el análisis económico de la actividad turística al proporcionar tablas, cuentas y operaciones que permiten cuantificar la actividad económica del turismo relacionándola con el resto de las actividades económicas. Con la del año 2000 se inicia una serie que continuará realizándose cada cinco años y que tendrá como próxima la correspondiente al año 2005.

La publicación de la Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía de 2000 (CSTA2000) supone la culminación de un proyecto, plasmado en la Ley 8/2002 de 17 de diciembre del Plan Estadístico de Andalucía 2003-2006, del que es responsable la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Andalucía obtiene así el privilegio de ser una comunidad pionera en disponer de un instrumento para medir el turismo según las normas internacionales y de poseer un sistema armonizado que le permite compararse con economías, como la de España u otros países, que siguen estos criterios de valoración recomendados por Naciones Unidas.

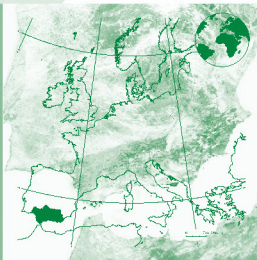
Paulino Plata Cánovas

Consejero de Turismo, Comercio y Deporte
de la Junta de Andalucía





JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía CSTA 2000

Cuenta Satélite del Turismo de **Andalucía 2000**

01	INTRODUCCIÓN	11
02	OBJETIVOS DE LAS CSTA 2000	23
03	METODOLOGÍA	29
03.1	CARACTERÍSTICAS GENERALES	31
03.2	ALGUNAS DEFINICIONES Y CONVENCIONES BÁSICAS	35
	Turista y demanda turística	35
	Oferta	43
	Cuentas	47
03.3	PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN	
	VINCULADAS A LAS CSTA2000	53
	Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)	55
	Encuesta de Seguimiento Turístico	60
	Encuesta al Excursionismo en Andalucía	61
	Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía	63
03.4	MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LAS CSTA2000	67
	Servicios de alojamiento. Hoteles y similares	67
	Servicios de provisión de alimentación y bebidas	72
	Transportes	73
	Anexos a los transportes	77
	Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros	82
	Agencias de viajes y similares	82
	Servicios culturales y servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo	83
04	TABLAS DE RESULTADOS	85
05	ANEXO : OTROS ASPECTOS METODOLÓGICOS	91
	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL	93
	CONSUMO COLECTIVO	100
06	INDICE DE SIGLAS	105
07	TABLAS	111



**Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000**

01: introducción

Cuenta Satélite del Turismo de **Andalucía 2000**¹

La Ley 8/2002 de 17 de diciembre del Plan Estadístico de Andalucía 2003-2006 contempla la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía de cuya obtención es responsable la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía con la colaboración del Instituto de Estadística de Andalucía.

La Cuenta Satélite del Turismo es un instrumento fundamental para el análisis económico de la actividad turística, al proporcionar una serie de tablas, cuentas y operaciones que permiten cuantificar la actividad económica del turismo y su relación con el resto de las actividades de la economía. Un instrumento de síntesis estadístico que aparece por vez primera gana en importancia y credibilidad si va bien acompañada de una adecuada metodología y de un recorrido de las fuentes empleadas. También si se explican las decisiones adoptadas. Para lograr este fin se ha escrito el presente documento metodológico.

El Turismo desempeña un papel muy relevante en la economía de muchos países, contribuyendo al desarrollo de las actividades que se

¹ La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía desea agradecer la valiosa colaboración del Instituto de Estadística de Andalucía, la Organización Mundial del Turismo, el Instituto Nacional del Estadística y el Instituto de Estudios Turísticos. El personal de estos organismos ha aportado su ayuda y experiencia respondiendo a cuantas consultas metodológicas se le efectuaron y este documento parece una buena oportunidad para agradecerles su completa disposición y ayuda. La elaboración de unas CST difícilmente hubiera podido hacerse si no se hubiera contado con la información y colaboración del IEA. Han sido muchas las reuniones, debates, consultas y peticiones de ambas partes, y ambas son autoras, en su respectiva medida, del proyecto que ahora se presenta.

dirigen de manera ya significativa, ya parcial, a la satisfacción de la demanda de los turistas: servicios de hospedaje, restauración, agencias de viajes, transporte de pasajeros, ocio y cultura, venta de alimentos, de recuerdos y artículos de artesanía... y otras. Suele atraer a la inversión foránea, puede ayudar a impulsar las infraestructuras y es, desde luego, un importante generador de divisas y empleo. No está pese a ello, exento de problemas y externalidades negativas pero sorprende, con todo, que en la mayoría de los países la información turística se haya venido basando tan sólo en estadísticas de flujos tales como llegada y salida de viajeros y número de pernoctaciones, o en la información recogida en la Balanza de Pagos. Sólo excepcionalmente se ha desarrollado además alguna encuesta específica de gasto de consumo de los visitantes internacionales.

No debe extrañar, por tanto, que la carencia anterior haya llevado a varios organismos internacionales, la Organización Mundial de Turismo (OMT), la propia Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (BM), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la oficina estadística de la Comisión de Comunidades Europeas (EUROSTAT), entre otras, a plantear de forma reiterada nuevas propuestas para una medición más amplia, compleja y sistemática del fenómeno turismo, decidiéndose tras diversas conferencias internacionales² que el turismo sería una de las

² El origen próximo de las CST se encuentra en la WTO, International Conference on Travel and Tourism Statistic, de Ottawa de 1991, la World Conference on the Measurement or the Economic Impact of Tourism de Niza 1999, la CTC Conference on Tourism Satellite Accounts de Vancouver 2001 y la WTO Conference The Tourism Satellite Account (TSA): Understanding Tourism and Designing Strategies Iquazu, Argentina/Brazil/Paraguay, 3-6 October 2005.

primeras actividades sobre la que se realizarían unas cuentas satélites estándares con carácter mundial.

Como es lógico, la OMT ha impulsado de manera especial estos proyectos, llegándose a la obtención de metodologías y documentos que hoy ya son definitivos tras varios borradores previos. La metodología final se ha beneficiado además del proceso de acercamiento que se venía registrando desde hacía años entre la metodología de la balanza de pagos (Quinta Edición de la Balanza de Pagos del FMI) y la de cuentas nacionales de la ONU (Sistema de Cuentas Nacionales SCN-1993). En la reunión de la OMT que se celebró en Niza en 1999 y en la posterior aprobación realizada por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (CENU) en marzo 2000 se presentaron recomendaciones de cara a conformar un manual definitivo de cuentas satélites. Éste, finalmente, contiene un amplio número de definiciones, conceptos y convenciones que conforman las bases para la elaboración de la Cuenta Satélite en los diferentes territorios.

Las cuentas se han puesto en marcha de una forma u otra -proyecto, estudio inicial, ejecución o publicación- en unos 40 países. Pioneros fueron Canadá³ (1994) y los Estados Unidos⁴ (1992 y 1996). Le siguieron otros muchos: España, España, Francia,

³ Statistics Canada (1994), *The Tourism Satellite Account, National Accounts and Environment Division, Technical series No 31*, Ottawa. Lapierre, Jocelyn (1991): *A Proposal for a Satellite Account and Information System for Tourism: Discussion Paper*, National Accounts and Environment Division, Statistics Canada.

⁴ David I. Kass and Sumiye Okubo (2000): *U.S. Travel and Tourism Satellite Accounts for 1996 and 1997*.

Austria⁵, Suecia, Noruega⁶, Dinamarca, Finlandia, Australia⁷, Nueva Zelanda⁸, Singapur, Polonia, Suiza o Namibia⁹. En Latinoamérica comenzó la República Dominicana, seguida por México y Chile.

En cualquier caso, la experiencia española es distinta a las demás por cuanto no sólo se pusieron muy pronto en desarrollo diferentes encuestas de gasto turístico, sino porque incluso se han venido elaborando sucesivas TIOs turísticas -años 1970, 1974, 1978, 1982 y 1992-. Por otra parte, en 1998 las dificultades que introducían la desaparición de fronteras y el euro animaron la creación de un grupo de trabajo tripartito Banco de España, INE, IET cuyo principal resultado fue el impulso y renovación de las estadísticas de gasto turístico españolas. En 1999 se pusieron en marcha las CST españolas (CSTE) realizadas por el INE. Documentos del INE sobre CST prevén la futura estimación de CST regionales y trimestrales¹⁰.

Un número mucho más reducido de países ha regionalizado las CST -o lo está llevando a cabo en la actualidad- a través de un procedimiento descendente o de reparto. Es decir, se trata de distribuir

⁵ STATISTIK AUSTRIA & Austrian Institute of Economic Research (WIFO), (2001): A TOURISM SATELLITEACCOUNT FOR AUSTRIA, The Economics, Methodology and Results.

⁶ Statistics Norway (2002): The tourism satellite accounts, 1997-2000.

⁷ Australian Bureau of Statistics (2000): Tourism Satellite Account 1997-98, Australian National Accounts.

⁸ Statistics New Zealand, (2003): Provisional Tourism Satellite Account 2000-2002.

⁹ Helen Suich (Directorate of Environmental Affairs, Ministry of Environment and Tourism), (2001): Development of preliminary tourism for Namibia.

¹⁰ INE: Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE).

por regiones los datos nacionales en función de ciertos criterios e indicadores. Es el caso de Dinamarca¹¹, Canadá¹² o Reino Unido¹³ y también este será, presumiblemente, el caso de España.

Por el contrario, en muy pocos territorios o estados federados, se han iniciado de forma independiente proyectos de cuentas por estimación directa como es el caso de Andalucía. La OMT siempre ha mostrado un interés especial en impulsar el desarrollo de las CST también en el caso de ámbitos subnacionales¹⁴. Por este motivo, esta institución solicitó en el año 2003 un documento de trabajo al respecto que se elaboró por el grupo de trabajo para el desarrollo de las CST en Andalucía¹⁵. Dado que el planteamiento desde la Comunidad Autónoma andaluza es la realización de una CST y no la regionalización de una CST nacional, muchas de las cuestiones metodológicas que se detallan en este documento son comunes a los que se plantean en el ámbito de un país.

Las razones que explican la ventajosa singularidad de Andalucía en cuanto a la elaboración de la CST son diversas. La gran trascendencia económica del turismo en Andalucía, unido a la autonomía en

¹¹ Un buen ejemplo de modelo de reparto o de arriba hacia abajo puede encontrarse en: Akf (2005): Documentation on Regional Tourism Satellite Accounts in Denmark.

¹² Conrad Barber-Dueck y Demi Kotsovos (Statistics Canada), (1996, 1998): The provincial and territorial tourism satellite accounts for Canada.

¹³ DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (2004): UK Tourism Satellite Account First Steps Project.

¹⁴ Este interés se ha recogido en la 1ª Reunión de CST Regional de la OMT en París y la 2ª en Iguazú (2005).

¹⁵ Grupo de trabajo para el desarrollo de las CST en Andalucía (2003): The singularity of the territory in tourism accounting: Andalusia as a case study, OMT.

materia de política turística, junto a la insatisfacción que proporcionan los métodos basados en la contabilidad nacional convencional para la observación de una serie de aspectos que resultan fundamentales para la comprensión de su verdadera dimensión, justifican la realización de instrumentos adecuados para su medición y análisis, como la Cuenta Satélite del Turismo. Por otra parte, su desarrollo estadístico es notable, estando a la cabeza de las experiencias regionales españolas. En efecto, en Andalucía se vienen realizando estadísticas propias de considerable complejidad, como es el caso de las tablas Input-Output, desde el año de referencia de 1975, primero desde las universidades, tablas de 1975 y 1980, y más tarde por el instituto estadístico oficial de la región (IEA) creado en 1990 -años 1990, 1995 y 2000-. En el año 1995 la Administración Pública andaluza creó un servicio de estadística específico para el estudio del turismo que, en la actualidad se configura como la Unidad de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía dentro de la Empresa Pública de Turismo Andaluz. Esta Unidad ha venido analizando y publicando datos sobre el sector, ha colaborado en el desarrollo de una encuesta de gasto turístico regional e incluso ha elaborado ya unas cuentas satélites previas, para el año de referencia de 1995, a título de ensayo o experiencia piloto previa¹⁶.

En efecto, las cuentas correspondientes a 1995 sólo pudieron completarse de manera parcial pero fueron muy útiles bajo diferentes

¹⁶ Aproximación a la Cuenta Satélite Regional de Turismo a partir de las Cuentas Económicas Regionales. La experiencia de Andalucía en base al Marco Input-Output de 1995. Ponencia presentada en la conferencia Cuenta Satélite de Turismo (CST): números fiables para decisiones empresariales acertadas celebrada en Vancouver 2001.

perspectivas. Desde luego, pusieron de manifiesto la propia posibilidad material de su realización, pero muy pronto señalaron también la existencia de ciertas carencias y, por tanto, la necesidad de investigar y buscar nueva información sobre tipologías de turistas singularmente complejos -excursionistas, viajeros de negocios, participantes en paquetes turísticos...- o bien sobre variables cuyo cálculo, de acuerdo con los requerimientos del sistema internacional, aún podían postergarse para ulteriores experiencias -gasto de las administraciones públicas, formación de capital... -.

Con buen criterio, el sistema o metodología de los organismos internacionales (concretamente la OMT y la oficina estadística comunitaria, Eurostat), es ya muy exigente en lo que concierne al consumo turístico de los hogares. Por poner sólo un ejemplo, la metodología de las CST llega a solicitar que se registren los gastos anteriores y posteriores que hacen los andaluces con motivo de un viaje, pero distinguiendo además entre los casos en que el viaje se vaya a efectuar o se haya efectuado por el territorio regional o fuera de él. Ello llevaría hipotéticamente a encuestar si una maleta adquirida antes de un viaje guarda relación con visitas a la región o fuera de ella, lo que es o sería, sin duda, una considerable hazaña estadística.

Evidentemente no en todos los casos ha sido posible cumplimentar semejantes exigencias o, quizás, ni siquiera hubiera merecido la pena dedicar ingentes esfuerzos y recursos públicos para ello. Pero en todo caso esta cuenta, como no podía ser de otra manera y como conviene advertir de antemano, ha hecho todo lo posible para seguir el sistema internacional establecido, ya que, sólo así será posible una

CSTA 2000

comparación de los resultados con otros ámbitos regionales o nacionales.

En definitiva, y por el momento, en la demanda de turismo sólo se ha incluido la demanda de consumo de los hogares, dejando para más adelante el consumo de las Administraciones Públicas, tanto individual como colectivo así como la adquisición de bienes de inversión. En la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte se ha venido trabajando largamente sobre las posibilidades de inclusión de estas variables pero finalmente se ha optado por su exclusión dada la dificultad que su estimación encierra. Dificultades nacidas, en el caso de la Administración, por la necesidad de dirigirse a todos los municipios de la región (casi 800), para solicitar información específica que en muchos casos ellos mismos habrían de elaborar ex novo. En el caso de la formación de capital por la necesidad, como ejemplo más significativo, de segmentar las viviendas nuevas entre las destinadas al mercado turístico de las dirigidas a convertirse en primeras viviendas de los residentes. Por último, si bien ha sido posible cumplimentar la inmensa mayoría de las exigencias del sistema, han existido varios casos de singular complejidad. Se puede destacar aquí el caso del transporte, tanto por la propia dificultad intrínseca de su estimación, como por la dependencia que estas cuentas tienen de los criterios de regionalización decididos por el IEA.

Otra característica fundamental que acompaña a estas CSTA2000 es su carácter *satélite* respecto al MIOAN 2000 recientemente elaborado por el IEA. En esta ocasión este carácter se ha cuidado de manera especial.

En esta cuenta, como en otras muchas experiencias anteriores, se ha contado con la colaboración de la Universidad, en lo que ya es una práctica obligada, lógica y habitual. En concreto, ésta colaboración se ha materializado en la persona del profesor D. Luis Robles Teigeiro, del Departamento de Economía Aplicada (Política Económica) de la Universidad de Málaga. Su presencia en este proyecto supone una garantía adicional debido a su amplia experiencia en el campo de las cuentas económicas.

Para terminar, el ensayo del 1995 sirvió también para entrenar a un equipo de estadísticos que esencialmente ha permanecido en el tiempo vinculado a esta tarea. Sin duda, su experiencia también ha sido pieza esencial para la consecución de estas cuentas.



Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000

02: objetivos

Objetivos de las CSTA2000

Andalucía es una de las regiones españolas que más visitantes recibe, generando una importante actividad económica que debe ser medida de manera adecuada. A su vez, la necesidad de elaborar unas Cuentas Satélites del Turismo -en adelante CST- surge por cuanto la actividad turística es una actividad *transversal* que afecta directa o indirectamente a un conjunto muy variado de ramas que trabajan, total o parcialmente, para la satisfacción de sus necesidades. Esto implica que el turismo como tal no tiene una correspondencia o inclusión clara en la clasificación de oficial de actividades económicas (CNAE o CIU de las Naciones Unidas) ya que allí se cataloga a las ramas precisamente por el tipo de bien o servicio que elaboran, que le son característicos.

En buena lógica se ha optado entonces por entender y explicar el turismo como un fenómeno de demanda, por definirlo en función de las *determinadas* características de un *cierto* consumidor que demanda unos *prefijados* productos turísticos: "*gasto realizado por, o en nombre del visitante, antes, durante o después del viaje, estando el gasto relacionado con el viaje y desarrollándose éste fuera del territorio habitual*"¹⁷. Por todo ello, no es fácil, en principio, conocer la cuantía o el peso del turismo sobre variables tan importantes como la producción final -PIB- o el empleo, exigiendo su peculiar naturaleza un procedimiento propio y original de valoración. El objetivo principal de estas cuentas es así la medición del gasto turístico -demanda- de residentes y no residentes en un territorio y la identificación y valoración de la producción de las ramas que pro-

¹⁷ Definición recogida en OMT, OCDE, Eurostat (2000): CST: RMC (CENU 2000)

veen los bienes y servicios requeridos -oferta-. Pero su verdadero alcance no viene sólo por recopilar la información a modo de cuadros auxiliares o anexos de la contabilidad nacional o regional, sino por el tratamiento y reelaboración de esa información conforme a un sistema internacionalmente convenido. Es este proceso el que garantiza su fiabilidad y el que permite la comparación ínter territorial de los resultados.

Por último, las CST, como cualquier otra operación estadística de envergadura, son algo más que un nuevo instrumento estadístico o una nueva fuente de información. En efecto, su proceso de elaboración es complejo y durante el mismo se requiere de un gran número de datos y encuestas. Las carencias bien pronto se manifiestan y, es por ello, que la decisión de su elaboración conlleva, muy a menudo, la puesta en marcha o bien la profunda renovación del sistema estadístico del país o región de referencia.

Unas CST proporcionan:

- Agregados macroeconómicos para describir la importancia económica del turismo, tales como el Valor Añadido Turístico y el PIB Turístico, agregados consistentes con otros similares para el total de la economía -regional y nacional- o de otras actividades productivas.
- Las herramientas necesarias para la valoración del impacto directo e indirecto del turismo sobre una economía.

- Datos detallados sobre la demanda del visitante; estimación del gasto en turismo, tanto del consumo final de los hogares como del de los visitantes por negocios. También, y en la medida de lo posible, del consumo derivado de las Administraciones Públicas y del gasto en formación de capital.
- Cuentas de producción y explotación de las ramas de actividad turística más características.
- Estimación de los flujos económicos con el resto del mundo que se deriven del turismo.
- Información no monetaria sobre los visitantes: número de viajes, duración de la estancia, motivo del viaje, etc.

En definitiva, aunque el peso de la actividad en la región ya es conocido y estas cuentas no son una estricta novedad en este sentido, sí aportan desgloses, detalles y un mayor y mejor estudio de indudable interés. Las Cuentas se corresponden también con lo que cabe denominar un cambio de base. Por base han de entenderse dos referencias o acepciones. En primer lugar, se quiere hacer mención al año en que arranca una serie o a partir del cual se renueva una ya existente. En segundo lugar, el año donde, tal como se acaba de mencionar, se ha renovado la serie: se han introducido las novedades censales, se han eliminado las bajas, se han rediseñado las muestras, se han incorporados los cambios metodológicos y, en resumen, se han efectuado todas aquellas tareas y mejoras necesarias para una adecuada puesta al día de la información.

CSTA 2000

**Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000**

03: metodología

03.1 Características Generales

Como se ha indicado en un punto anterior, existen variadas publicaciones¹⁸ que han venido desarrollado el marco conceptual de las CST hasta llegar a un documento básico que, publicado por la OMT, ha recibido la denominación de "Cuenta Satélite del Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual" (2001).

En cuanto a la metodología particular recogida en cuentas ya publicadas cabe mencionar a los de ya un apreciable número de países si bien, como también se indicó, las experiencias regionales son mucho menores. En nuestro caso, de todas estas propuestas hay que destacar por muchos motivos la efectuada por el INE para el conjunto nacional: "*La Cuenta Satélite del Turismo: Metodología y Primeras Estimaciones (1996-1999)*", ya que hay que tener presente que aunque las CSTA2000 sean satélites del marco IO y cuentas regionales de Andalucía éstas, a su vez, se encuadran, en buena medida, en las cuentas nacionales. Además, y como no podría ser de otra manera, las cifras y decisiones metodológicas de la CSTA2000 se han confrontado con el marco establecido por el INE.

El principio general es que las CST deben ser consistentes con los Sistemas de Cuentas Nacionales o Regionales, según los casos, y ello supone, a su vez, partir de dos premisas: unas cifras globales

¹⁸ El documento básico es OMT, OCDE, Eurostat (2001): Cuenta Satélite del Turismo: Recomendaciones del Marco Conceptual, muy próximo, como es lógico, al manual de la OMT (1999): Cuenta Satélite del Turismo, Marco Conceptual. También la OCDE posee diversos documentos donde destaca: OCDE (2000): Measuring the Role of Tourism in OECD Economies. THE OECD MANUAL ON TOURISM SATELLITE ACCOUNTS AND EMPLOYMENT. Resulta de gran interés y calidad, por último, el documento ya citado que acompaña a la publicación de las CSTE.

CSTA 2000

ya elaboradas y publicadas, las de la Contabilidad Nacional o Regional, y un marco metodológico común (El Sistema de Cuentas Nacionales de la ONU, el Sistema Europeo de Cuentas, SEC, derivado del anterior, más las propias aportaciones, aclaraciones y exigencias de la metodología de las CST), marco que garantiza, a su vez, la comparación nacional o internacional de los resultados. Se debería entender, por tanto, que las CST se derivan de y complementan a las cuentas nacionales o regionales y no que compiten o reemplazan a las mismas. Ambas deben quedar integradas de forma congruente.

Por último, conviene advertir que si bien se ha cuidado la congruencia con el marco estadístico andaluz, no ha sido posible hacer lo propio con el marco nacional, con las CSTE. Hipotéticamente, la coherencia entre unas CST nacionales y unas CST regionales podría hacerse por dos procedimientos: mediante la regionalización de los datos nacionales (*top-down method*) o por medio de información estadística regional directa (*bottom-up method*) que, agregada y consolidada, suministraría la información estatal. Pero esta segunda vía, por muy diversas razones, apenas es utilizada. Todo esto mismo podría decirse de las propias contabilidades regionales de las Autonomías españolas respecto a los datos nacionales, pero hasta el momento nunca se ha efectuado un intento de carácter oficial de cara a relacionar ambas experiencias. De esta manera, en la medida en que la contabilidad regional de Andalucía sea congruente con los totales nacionales, estas CSTA lo son con las CSTE, pero de momento esta comparación sigue siendo bien difícil.

El ejercicio de elaboración de las CST de Andalucía debe basarse en una buena estimación de la demanda turística. Y ello es así no sólo porque el turismo es esencialmente un fenómeno de demanda, sino también porque la cantidad y calidad de la información propia disponible invita precisamente a ello. Las CSTA2000 han optado así en líneas generales por el estudio del turismo a través de la demanda, encuestando directamente a los visitantes, como vía más adecuada para su confección. A tal fin, y como más adelante se detallará, la fuente fundamental ha sido la ECTA (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía), que se viene realizando en Andalucía desde el año 1999, y cuya descripción se recoge en un apartado de este documento. Para profundizar en algunos aspectos de la demanda que la ECTA no cubría, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha incluido en la Encuesta de Seguimiento Turístico (EST) determinados desgloses no incluidos en la ECTA, la descripción de esta encuesta también se incluye más adelante.

Una vez conocida la demanda, su confrontación con el marco IO andaluz y el uso de las abundantes bases de datos que acompañan a esta fuente, han permitido conocer la diferente aportación sectorial al consumo turístico de los hogares y, de ahí, la derivación de otras variables como valor añadido, empleo o rentas consecuencia del fenómeno turístico. Se ha podido conocer así también, en buena medida, la oferta, tal como el sistema exige.

Varios países, carentes en general de adecuada información de demanda, han hecho pivotar la estimación de las CST sobre la ofer-

ta, mediante la encuestación de una muestra de productores u oferentes de bienes y servicios a los visitantes. Se ha tratado de llegar a coeficientes o porcentajes de dedicación turística, porcentajes que, aplicados al total de las producciones, permitieran la evaluación de la demanda turística. Esta vía, sin embargo, presenta variados inconvenientes. Por una parte, en gran número de ocasiones el productor no conoce su mercado final ya que sus productos son comercializados por terceros. En otras aún suministrando directamente a la demanda final el productor no conoce si el cliente es visitante o residente. Por último, aún conociéndolo, es difícil que sepa discriminar la razón o naturaleza del viaje tal como exige el sistema que llega a distinguir, por ejemplo, entre turistas, excursionistas o visitantes por motivo de negocios.

En este caso, el estudio de la oferta de las actividades más relacionadas con el turismo, las denominadas "actividades características", se ha basado en la información elaborada para la estimación de la MIOAN 2000 del IEA. Un conocimiento del resto de las aportaciones de las actividades cuya contribución al turismo es menor o muy menor, se ha podido efectuar a través del denominado modelo IO de demanda o de Leontief, modelo que permite, precisamente, la estimación de la producción que debe satisfacer a una demanda (turística) exógena predeterminada¹⁹.

¹⁹ Este procedimiento ha sido también empleado por el INE para la estimación particularizada del impacto del turismo sobre la economía española.

03.2 Algunas definiciones y convenciones básicas

Turista y demanda turística

Es frecuente identificar demanda turística con el consumo de los visitantes pero ambos conceptos son más amplios y complejos de lo que a primera vista parecen, de su acepción vulgar. Por una parte, el *consumo* de los visitantes es sólo un componente de la *demanda final* turística, si bien el más importante de ellos, mientras que otras variables o magnitudes son igualmente componentes de esta demanda: el *consumo colectivo*, la *formación de capital* o inversión y, por último, las *exportaciones* relacionadas con el turismo. La metodología de las CST, la ya citada "Cuenta Satélite del Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual" (2001), hace hincapié en el estudio del consumo, proponiendo también la realización de cuentas de consumo colectivo y de formación de capital si bien, de momento, con carácter optativo. Las exportaciones, dejando aparte el caso del consumo de no residentes recogido en las cuentas de consumo, no han merecido su inclusión individual en una cuenta, quizás por su previsible escasa cuantía²⁰.

Una cuantificación completa de la actividad del turismo por la vía de la demanda exigiría la valoración de toda la demanda final turística y no sólo del consumo: sin embargo, en nuestro caso, esta tarea aún requerirá de posteriores esfuerzos.

También, el concepto de turismo que se recoge en las Cuentas

²⁰ Como más adelante se detalla, se han valorado exportaciones en la actividad de anexos al transporte, y se han recogido -como también ha efectuado el INE- en las magnitudes de consumo receptor. Sin embargo, no parece ésta la mejor de las soluciones, echándose en falta una mejor ubicación en el sistema de CST.

Satélites del Turismo posiblemente necesite un análisis más detallado. Más adelante se realizan consideraciones más teóricas pero baste ahora decir, que más que cuentas de los *turistas* en un sentido estricto, podrían denominarse cuentas de los *viajeros*, o cuentas de los *visitantes* a un territorio ya que, en efecto, las cuentas, siguiendo las indicaciones metodológicas internacionales, pretenden medir el gasto por viajes no siendo tan importante el motivo de dicho viaje, o aceptando que estos motivos pueden ser muy variados: ocio, cultura, deporte, sanitarios, religiosos, visitas a amigos y familiares e, incluso, viajes por motivos de negocios a cargo de las empresas.

La metodología de las CST define al turismo como "*las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un tiempo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado*". De acuerdo con ello, las personas cuyos gastos son objeto de estudio en las CST más que turistas en un sentido habitual de la palabra son "*visitantes*". Éstos, a su vez, son clasificados en el sistema de diferentes maneras. La distinción más importante guarda relación con que el visitante pernocte en la zona que visita, en cuyo caso es un "*turista*", o no, en cuyo caso es un "*excursionista*". Por otra parte, estos visitantes pueden ser "*internacionales*" o residentes fuera del territorio visitado o "*internos*" si su país o zona de residencia es la visitada. Debe llamarse la atención que en el caso de una región como es la andaluza, en internacionales hay que incluir a los residentes en el resto de España mientras que los visitantes internos

serán los residentes en Andalucía. Por último, el sistema hace una mención especial a los visitantes "en tránsito" hacia sus países como puede ser el caso de los magrebíes que atraviesan la península para embarcar en los puertos andaluces. En el caso de que constituyan una partida apreciable del gasto el sistema invita o permite una desagregación específica en la cuentas, pero éste no ha sido nuestro caso.

El "*entorno habitual*" permite distinguir al visitante del resto de las personas que acuden a un determinado lugar. El concepto guarda similitudes con el de "*residencia*", pero no son estrictamente equivalentes. Así, cuando se consideran hogares es pertinente relacionarlos con residencia, pero en el caso del entorno hay que individualizarlo para el caso de cada visitante. Varios visitantes pueden compartir un hogar y, sin embargo, dirigirse periódicamente a diferentes entornos en función de sus lugares de trabajo o estudio. Dos factores permiten también determinar el entorno habitual, la "frecuencia" con que se visite, y la "distancia". Este entorno debe visitarse con frecuencia, es allí donde se trabaja o estudia; y englobará además toda la zona próxima al lugar de residencia -el mismo municipio, la misma conurbación, la zona metropolitana...-, se visite asiduamente o no. La definición de entorno habitual es de máximo interés para el estudio del turismo, desde el momento que permite diferenciar entre turismo receptivo, emisor y interno. En el caso de Andalucía se ha dividido el territorio en 25 zonas turísticas que permiten identificar los diferentes flujos turísticos. Dado que la definición de entorno habitual afecta a los agregados que se obtienen de la CST la utilización de diferentes definiciones de entorno

habitual dificulta la comparación de resultados²¹.

La "duración" de la estancia deberá ser siempre inferior a un año ya que, en otro caso, el visitante pasaría a ser residente de la zona que visita, ese sería su nuevo entorno habitual. Por último, se admite que el "motivo" que traiga al viajero pueda ser tan diverso: ocio, visita a parientes o amigos, tratamiento médico, peregrinación, viaje cultural, asistencia a un congreso, viaje de negocios... que quizás sea posiblemente más sencillo recurrir a la excepción: cualquier motivo diferente a "el ejercicio de una actividad remunerada por una entidad residente en el lugar visitado".

Además de ello, el consumo del visitante podrá tener una doble consideración de consumo final si lo realizan los hogares o intermedio si el viaje es por negocios y se ha efectuado por cuenta de una unidad de producción, esto es así en las recomendaciones del SCN 1993. No obstante, supone una importante discrepancia con la CST, ya que esos gastos se clasifican aquí como gastos finales turísticos. Por último, y de la mano de los cambios introducidos por el último SEC, es igualmente posible distinguir en el consumo de los hogares entre el consumo que éstos han adquirido mediante un precio, el más habitual, del denominado "efectivo", que resulta de sumar al anterior, los consumos públicos y de las ISFLSH realizados por ellos de manera individual.

²¹ En este sentido destaca el estudio "Research on National Practices Defining the Usual Environment: Basic Findings" Revista: Enzo Paci papers on measuring the economic significance of Tourism. Volumen: 3. Fecha: 2003. Lugar de publicación: España (OMT), realizado por España y Canadá.

Para aclarar este punto es necesario explicar que el antes denominado consumo público o de las Administraciones Públicas, ha sido dividido en dos en el nuevo SCN-1993, de acuerdo a que su disfrute haya de hacerse siempre de forma colectiva -servicio de policía, defensa nacional, administración y ordenamiento de la sociedad... - o pueda ser efectuado de forma personalizada o individual -servicios de sanidad y educación, principalmente-. Estos servicios individualizados pasan a denominarse también "transferencias en especie²²" de las Administraciones a los hogares, y su adición al tradicional consumo privado pasa a denominarse consumo final "efectivo" de los hogares.

Conviene también recordar que el consumo comprende la adquisición de bienes de consumo duradero es decir, aquellos cuyo uso se prolonga en el tiempo, pero que, como es lógico no incluye la adquisición de bienes igualmente duraderos pero que sirven para producir, ya que esto sería gasto en inversión. En muchos casos la frontera entre estos conceptos es compleja y suele atenderse al valor de los objetos o, en mayor medida aún, al uso que se dará al bien. De esta manera, una sofisticada y cara máquina fotográfica será consumo si lo adquiere un hogar, pero será inversión si la adquiere un fotógrafo profesional. El caso de la vivienda, por su

²² En el caso del turismo, se ha pensado que el consumo público individualizable más importante serán los relacionados con la cultura, la sanidad (el producido cuando el visitante se haya visto obligado a utilizar los servicios sanitarios andaluces, posiblemente por algún caso de urgencia), y con los viajes subvencionados por las Administraciones Públicas. Este hecho invitó a consultar a la administración regional sobre el coste sanitario proporcionado a no residentes, tanto a residentes en el resto de España como en el resto del mundo. Sin embargo, de momento esta información no se encuentra disponible.

parte, es singular ya que se conviene que sea siempre gasto en inversión aún en el caso que sea adquirida por un hogar.

El sistema (2.50) distingue entre dos clases de bienes de consumo duradero, aquellos cuya finalidad es siempre turística: maletas, sacos de dormir, caravanas... y aquellos de finalidad múltiple: vehículos, material deportivo..., estableciéndose el convenio de que los turísticos se incluirán o valorarán siempre en las CST, mientras que los de uso múltiple solamente lo serán si son adquiridos en un viaje²³.

En relación al lugar donde se efectúa el gasto las CST, al igual que el propio SEC, distinguen varios casos que ayudan a definir los conceptos de consumo *interno*, *receptor*, *emisor*, *interior* y *nacional*.

El *consumo interno* comprende el consumo de los visitantes residentes dentro del territorio económico del país o región de referencia; el consumo de los andaluces en Andalucía.

El *consumo receptor* comprende el consumo de los visitantes no residentes dentro del territorio económico del país o región de referencia; el gasto de españoles y extranjeros no residentes en Andalucía.

²³ En nuestro caso, hemos realizado una incursión en la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE intentando determinar los bienes exclusivamente turísticos. Sin embargo, no es posible contar con el suficiente desglose como para su adecuada determinación, mostrándose el ejercicio bien difícil. Tampoco se ha contado con información del gasto en estos bienes por parte de los residentes en el resto del mundo

El *emisor* es el consumo efectuado por los visitantes residentes fuera del territorio económico del país o región de referencia; el gasto de los residentes en Andalucía, de los andaluces, en el resto de España y en el extranjero.

Por fin, reuniendo estos consumos ya definidos, se llega a *consumo turístico interior* como suma de consumo interno y consumo receptor. Comprendería así todo el consumo, tanto por parte de visitantes residentes como no residentes, dentro del territorio económico andaluz.

Por su parte se denomina *consumo turístico nacional* o, en este caso, *regional*, a la suma del interno y el emisor. Comprendería por tanto todo el consumo por parte de los visitantes residentes dentro y fuera del territorio económico de Andalucía.

Clasificación de los flujos turísticos según residencia del viajero y lugar donde realiza el consumo			
Territorio donde se realiza el gasto			
Residencia del viajero	Territorio económico	Fuera territorio económico	TOTAL
Residentes en el territorio económico	Turismo interno	Turismo emisor	Turismo nacional
No residentes	Turismo receptor		
TOTAL	Turismo interior		

En todos estos casos hay que tener en cuenta que los gastos relacionados con un viaje, aún hacia fuera de la región, pero realizados antes o después de su realización, si bien serán gastos turísticos, lo serán de carácter interno al realizarse en la región²⁴.

Excepcionalmente el consumo turístico engloba también los gastos de viajes realizados por los empleados de las unidades de producción cuando acuden fuera de su entorno habitual tales como gastos de acomodación, billetes de transporte, alquiler de vehículos, etc. Esta inclusión supone una importante discrepancia entre la CST y las recomendaciones del SCN 1993, ya que esos gastos se clasifican aquí como consumo intermedio de las unidades productivas que lo abonan, mientras que en la CST se están considerando gastos finales turísticos. En esta partida, sin embargo, no procede anotar todos los gastos del viajero ya que concurren, de acuerdo con el sistema, algunas excepciones. Así, en primer lugar, los gastos de alimentación que la empresa pague al trabajador se consideran remuneración en especie (SEC 2.56) y, por tanto, el gasto en restauración de este visitante será consumo turístico receptor o interno, pero nunca intermedio. En segundo lugar, todo lo que el trabajador adquiera durante el viaje a su cargo -regalos póngase por caso- será también consumo receptor o interno, pero tampoco intermedio. De lo anterior se deduce que los gastos más importantes que comprende el viaje de negocios son el transporte y el alojamiento,

²⁴ Así, por ejemplo, si un andaluz que pretende ir a Londres adquiere una guía de aquella ciudad un mes antes de su partida, la compra será consumo turístico interno. El resto de gastos que realizará en Londres serán, lógicamente, turismo emisor. Una vez de vuelta, si hace un positívado de sus fotos, el gasto será de nuevo de carácter interno.

aunque también sea posible pensar en otros capítulos de gastos por cuenta de las empresas como son los casos de alquiler de algún vehículo, o el gasto en algún anexo al transporte: peajes, aparcamientos, etc.

Oferta

Aunque el enfoque de estudio predominante en el turismo sea el de demanda, un acercamiento a la oferta, a quienes proveen de bienes o servicios a los visitantes, es igualmente relevante y necesario. El sistema ha definido la oferta turística en función de la naturaleza de los bienes y servicios ofrecidos, distinguiendo entre los más típicos y los menos, de acuerdo con una clasificación que quiere ser posible o pragmática: *"El primer paso consiste en definir los bienes y servicios que se consideran específicos de este campo. Conviene distinguir en este contexto dos tipos de bienes y servicios: los bienes y servicios característicos y los bienes y servicios conexos. La primera categoría comprende los productos que son típicos del campo en estudio... La segunda categoría, los bienes y servicios conexos, incluye productos cuyas utilidades interesan porque encajan claramente en el concepto de gasto en un campo dado, sin llegar a ser típicos de ese campo, bien por su naturaleza, bien por estar clasificados en categorías más amplias de productos... La frontera precisa, entre los productos característicos y los conexos depende de la organización económica de cada país y de la finalidad de la Cuenta Satélite"*.

La clasificación sería por tanto entre productos específicos y no específicos en primer lugar, desglosándose los primeros, a su vez, entre característicos y conexos. Por característicos se entiende *"aquellos que, en ausencia de turismo dejarían de existir, en la mayoría de los países, en cantidad significativa, o aquellos para los cuales el nivel de consumo se vería sensiblemente disminuido, y para los que parece posible obtener información estadística"*. Los conexos, por su parte, serían: *"una categoría residual de aquellos que han sido identificados como específicos del turismo en un país dado, pero para los cuales este atributo no ha sido reconocido a nivel mundial"* ²⁵.

Para apoyar a los países a la hora de determinar los listados de productos, la OMT ha desarrollado un listado provisional de Productos Específicos del Turismo (PET). El listado es provisional y se actualizará periódicamente a medida que se adquiriera experiencia en la elaboración de CSTs. Conceptualmente, el listado incluye bienes y servicios, sin embargo, por el momento, *"se centra en los servicios que tradicionalmente se han considerado como servicios turísticos, ya que responden a las necesidades más generales y a los deseos de los visitantes: por ejemplo, alojamiento, servicio de provisión de alimentos y bebidas, transporte a larga distancia y servicios asociados (incluido el alquiler de coches); servicios de organización de viajes, guías turísticos; y servicios recreativos y culturales"*.

²⁵ En el caso de las CSTA 2000 no se han tomado en consideración ningún bien o servicio conexo.

Establecido el grupo de productos característicos y, en su caso, conexos del turismo, las actividades turísticas serán aquellas que produzcan principalmente un producto allí incluido, aunque el procedimiento no estaría exento de problemas. En cualquier caso, el largo número de los posibles bienes o servicios turísticos ha requerido el diseño de listas y descriptores que permitan determinar la oferta de bienes y servicios. Para ello, se ha elaborado la *Clasificación Internacional Industrial Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT)*, diseñada conjuntamente por la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas y la OMT. Esta nomenclatura es compatible, a su vez, con la *Clasificación Central de Productos, CCP* y con la *Clasificación Internacional Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIIU)* revisión 3.

Lista de actividades características del turismo:

1. Hoteles y similares
2. Segundas viviendas en propiedad (imputado)
3. Restaurantes y similares
4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera
6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros
7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros
8. Servicios anexos al transporte de pasajeros
9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros
10. Agencias de viajes y similares
11. Servicios culturales
12. Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo

Constituida la actividad turística, su estudio por la oferta se realiza, como es tradicional, a través de una cuenta de producción y una cuenta de explotación. En la primera, se recoge el proceso de producción -como recurso o ingreso-, deduciéndose -como empleo- los consumos intermedios que se han requerido para producir y quedando como diferencia o saldo el denominado valor añadido. Por su parte, la cuenta de explotación informa o recoge el pago a los factores de producción -tierra, trabajo y capital- que han colaborado en el proceso. De esta manera como ingreso se recoge al citado VAB y como empleos la remuneración de asalariados -el pago al factor trabajo asalariado y el excedente de explotación -pago al resto de factores-.

En definitiva, la aportación de las unidades de producción se mide, como es habitual, por el valor añadido bruto -VAB- que generan, es decir, por la diferencia entre el valor de su producción -output- y los consumos intermedios requeridos para la misma -inputs-. La unidad estadística que se utiliza en esta perspectiva es el *establecimiento*, entendiendo por tal a la unidad homogénea de producción de bienes y servicios. Por su parte, la *rama de actividad turística* puede definirse como la agrupación de unidades productoras que proporcionan bienes y servicios al turismo. El VAB de la actividad turística será, por tanto, la suma de los VAB de las unidades productoras turísticas, en la medida en que se dediquen al turismo²⁶.

²⁶ Así, por ejemplo, no se incluirá todo el VAB generado por la actividad de restauración sino únicamente por la fracción que realmente demanden los visitantes, excluyendo el VAB del servicio prestado a los residentes.

Para asegurar la consistencia con la metodología del SCN -o con el SEC- las CST aplican los mismos principios y reglas contables que se recogen allí, en lo referente al momento del registro, a los principios de valuación y a los precios. La regla que afecta al momento del registro que se aplica en las transacciones económicas es la del devengo: "*Las transacciones entre unidades institucionales han de registrarse cuando nacen los derechos y las obligaciones, cuando se modifican, o cuando se cancelan, es decir, ateniéndose al principio de base devengado*" (SCN 1993 párrafo 2.64).

Por su parte, el SCN y las propias CST recomiendan cuantificar la producción a *precios básicos*, es decir, añadiendo a ésta tan sólo los impuestos y subsidios que la gravan -la mayoría de carácter municipal en nuestro país: distintas licencias, IBI, antiguo IAE... - y sin incluir el resto de impuestos que gravan a los productos (IVA, impuestos especiales...). Por su parte el consumo intermedio, el consumo final, y la formación bruta de capital fijo deben valorarse a *precios de adquisición*. Este precio está compuesto por el valor básico más márgenes de comercio y transporte y los impuestos y subvenciones que gravan a los productos.

Cuentas

La metodología de CST propone un número variable de cuentas, unas obligatorias y otras voluntarias, de acuerdo a la información disponible en los diferentes países o regiones. Se plantea desde el lado de la oferta una cuenta - 5 - con la *producción* (producción

total, consumos intermedios y, como saldo, el valor añadido) y la explotación (reparto del valor añadido entre los factores de producción: remuneración de asalariados y excedente de explotación, más un ajuste de impuestos y subvenciones) de las ramas de actividad características. Desde el lado de la demanda hay cuentas de consumo interno, emisor y receptor (de 1 a 4), una cuenta de consumo colectivo - 9 - y una de formación de capital - 8 -. Por último, hay una cuenta que ajusta oferta y demanda - 6 -, otra que recoge el número y distribución de empleados - 7 - y otra más de indicadores no monetarios tales como flujos de viajeros o plazas hoteleras, - 10 -, que tiene como fin enmarcar adecuadamente las magnitudes de naturaleza económica.

Tablas que componen las Cuentas Satélite del Turismo

Denominación	Contenido
1 Consumo del turismo receptor por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante).	Datos de consumo realizado por no residentes diferenciando por productos característicos; resto de gastos.
2 Consumo turístico interno por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante).	Datos de consumo realizado por residentes en el territorio diferenciando por productos característicos; resto de gastos.
3 Consumo turístico emisor por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante).	Datos de consumo realizado por residentes fuera del territorio diferenciando por productos característicos; resto de gastos.

4 Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo.	Resumen de las tablas 1 y 2, añadiendo consumo turístico de las unidades de producción.
5 Cuentas de producción de las ramas de actividad turística y de otras ramas de actividad.	Desglose de la producción por productos y de los consumos intermedios. Adaptación a la CST de una parte de las tablas de origen/destino.
6 Oferta interior y consumo turístico interior por productos	Aproximación a las interrelaciones oferta / demanda, combinando los cuadros 4 y 5, con un desglose de producción e inputs ligados al consumo turístico.
7 Empleo en las ramas de actividad turística	Datos de empleo, diferenciando entre asalariado y no asalariado, horas trabajadas... para las ramas de actividad características.
8 Formación bruta de capital fijo turística de las ramas de actividad turística y de otras ramas de actividad	Desglose por tipos de productos: Inversiones materiales e inmateriales.
9 Consumo colectivo turístico por funciones y nivel de administración	Datos de gasto en consumo realizado por las Administraciones Públicas en el territorio diferenciando por productos característicos; resto de gastos.
10 Indicadores no monetarios	Nº de visitantes, viajes y pernoctaciones desglosados por: Categorías de turismo, medio de transporte utilizado. Nº de establecimientos y capacidad por tamaños.

En la práctica, las CST ya publicadas en otros ámbitos, si bien han recogido la información exigida por el sistema, no han efectuado un seguimiento tan riguroso en las formas de presentación, no siendo frecuente encontrar publicaciones con las cuentas del sistema replicadas de forma estricta. El INE ha añadido dos más, una con el peso del turismo sobre la economía española y otra con su relación con la balanza de pagos. En el caso de las CSTA2000 se ha encontrado más operativo reunir y resumir algunas de las cuentas sin que por ello haya habido de prescindir de información alguna.

El número de cuentas elaboradas en Andalucía ha estado en función de las posibilidades existentes pero en cualquier caso, las exigencias "obligatorias" del sistema ya han sido, de por sí, suficientemente severas. Se ha efectuado una cuenta de consumo que compendia las cuatro primeras del sistema sin pérdidas de información salvo en lo referente al detalle del consumo emisor -cuenta 3-, sobre el cual no ha sido posible efectuar los desgloses propuestos en el sistema limitándonos a estimar una cifra global que valora su cuantía²⁷. Por el contrario, se ha realizado el esfuerzo de estimar e individualizar el gasto turístico de las unidades de producción, de cara a facilitar al usuario la comparación con los resultados de la Contabilidad Regional ya que, allí, de acuerdo con el SEC, este viaje es tratado como un consumo intermedio y no como un consumo final. Este intento de salvar esta discrepancia entre metodologías ha obligado a no incluir en la columna de "excursionistas" a quienes lo son por motivo de negocios, pasándolos a la columna de

²⁷ El cálculo se ha realizado con información procedente de la encuesta FAMILITUR (Movimiento Turístico de los Españoles) elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos.

"Otros componentes del consumo del visitante", columna que recoge, por tanto, el total del gasto de *excursionistas* y *turistas* de negocios. Para finalizar se ha elaborado la cuenta de oferta y la de ajuste entre oferta y demanda así como la cuenta de empleo y de indicadores no monetarios.

CSTA 2000

03.3 Principales fuentes de información vinculadas a las CSTA2000

La información principal de demanda relativa a los turistas se obtiene a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía que trimestralmente realiza el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA). Debido a que ésta no contempla un desglose del gasto adaptado a la información requerida por la CST así como no ofrece los datos sobre los flujos de excursionismo, se ha llevado a cabo dos operaciones paralelas:

- Encuesta de Seguimiento Turístico del Verano y Semana Santa realizada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Encuesta al excursionismo en Andalucía realizada por la Fundación Centro de Estudios Andaluces (centrA), dependiente de la Junta de Andalucía

En cuanto a la oferta, el Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía, que realiza el IEA, proporciona la información requerida para analizar la oferta en la CST. Si bien es cierto que en algunas ocasiones esta información no se publica con la desagregación exigida por el marco de la CST, es por ello que el IEA, a petición de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, amplió la muestra de las unidades informantes de cada una de las actividades asociadas a la CST y que no aparecen como tal en el Sistema de Cuentas.

En la tabla siguiente se realiza una descripción de todas las fuentes utilizadas en el desarrollo de la CSTA 2000:

CSTA 2000

CST	Fuentes de información	Organismo
Demanda	ECTA	IEA
	EST	Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
	Encuesta excursionistas	Centra
	Memoria AENA	AENA
	Anuario de Puertos del Estado	Ministerio de Fomento
	Encuesta de Ocupación Hotelera	INE
	Encuesta de Presupuestos Familiares	INE
	Movimiento turístico en fronteras (FRONTUR)	IET
	Movimiento Turístico de los residentes (FAMILITUR)	IET
Parque de Vehículos de Andalucía	IEA	
Oferta	Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía 2000	IEA
	RAT	Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
	Estadísticas de Movimientos Aeroportuarios	AENA
	Módulo de servicios de agencias de viajes y touroperadores	INE

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)

La mejora de la información disponible sobre la actividad turística andaluza reviste una especial importancia dada la relevancia de este sector en la economía regional.

Por otra parte, la existencia de lagunas de información en algunos aspectos relevantes del turismo en Andalucía, ponen de relieve la necesidad de contar con instrumentos que faciliten el conocimiento del sector turístico regional, particularmente en lo que se refiere a tres apartados:

- Conocimiento del número, distribución y características de los viajeros que se desplazan por Andalucía con fines turísticos.
- Cuantía y composición del gasto turístico en la región.
- Motivaciones de los turistas para viajar por el territorio andaluz y la opinión que manifiestan sobre la oferta turística y los servicios recibidos durante su estancia.

Para hacer frente a las necesidades y carencias expuestas, el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) en colaboración con la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte desarrolla la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

Esta operación estadística se lleva a cabo a través de una entrevista personal a los turistas en el destino andaluz, siendo las caracte-

rísticas fundamentales las que se detallan a continuación:

1. Encuesta continua de periodicidad trimestral que se circunscribe a todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
2. Indicador de coyuntura, interesado en los movimientos a corto plazo de las variables que investiga.
3. La consulta se dirige al conocimiento del perfil del turista que visita Andalucía, gasto que realiza y valoración de su viaje.
4. Se realiza mediante el establecimiento de puntos de encuestación para la recogida de información.

A efectos de la encuesta, la población objeto de estudio está formada por el conjunto de turistas que se desplazan por Andalucía. Para determinar qué desplazamientos se consideran dentro del entorno habitual y cuales no se divide Andalucía en 25 zonas que cubren todo el territorio andaluz. De esta forma se considera turista a efecto de esta operación estadística:

- a) toda aquellas personas que siendo residente fuera de Andalucía visita la Comunidad Autónoma, por motivo distinto al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.
- b) todas aquellas personas que siendo residentes en Andalucía se desplazan a una zona distinta de la de residencia por un motivo distinto al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

Esta encuesta excluye a los excursionistas que son aquellas personas que respondiendo a la definición de visitantes no pernoctan en el lugar visitado.

Las variables objeto de estudio de la ECTA se pueden clasificar en tres bloques:

Composición del turismo. Variables dirigidas a obtener el perfil del turista que visita Andalucía. Son las siguientes:

- **Residencia.** Se trata de conocer el lugar de residencia del entrevistado. Para los extranjeros se pide el país de residencia, para los españoles no andaluces la Comunidad Autónoma de residencia y para los andaluces el municipio de residencia.
- **Pernoctaciones.** Permite conocer el número de pernoctaciones que realizará el encuestado en la misma localidad donde ha pernoctado la noche anterior, en otra zona de Andalucía y fuera de Andalucía.
- **Perfil sociodemográfico del turista.** Se recoge las variables de sexo, edad, situación laboral y profesión
- **Hábitos del viaje.** Recoge variables de comportamiento como alojamiento, medio de transporte u organización del viaje.

Volumen y composición del gasto. Se entiende por gasto del turista, todo gasto de consumo efectuado por una persona calificada como turista o por cuenta de él, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino.

Se investigan dos tipos de gastos:

- Gasto en origen. Cantidad pagada en el lugar de residencia habitual por su viaje a Andalucía y conceptos pagados: alojamiento, tipo de pensión (desayuno, media o completa), transporte hasta lugar de destino y en destino, alquiler de coches y otros servicios.
- Gasto en destino, que resulta de conocer:
 - Gasto en el total de la estancia. Gasto realizado durante la estancia en Andalucía.
 - Gasto diario. Se pregunta sobre el gasto realizado en el lugar de destino el día anterior a la entrevista.

En ambos casos se solicita el desglose en las siguientes partidas:

- Alojamiento
- Compras alimentarias
- Compras no alimentarias
- Visitas organizadas/excursiones
- Restaurantes, bares, cafeterías, ...

- Transporte en Andalucía (autobús, taxis, gasolina, peaje, etc.)
- Alquiler de coches
- Ocio (discotecas, deportes, cultura, ...).
- Otros

Opinión y grado de satisfacción. Se busca conocer los motivos que atraen al turista a Andalucía, así como el grado de satisfacción por los servicios recibidos. Las variables para ello son:

- Motivo del viaje. Los motivos posibles son tres: negocios, ferias-congresos y vacaciones u ocio. Si el motivo principal del viaje son vacaciones u ocio se investiga cual ha sido el motivo principal que le ha llevado a escoger Andalucía para pasar las vacaciones.
- Calificación de determinados aspectos relacionados con el viaje realizado en la zona donde se le encuesta.
- Aspectos que han variado respecto a su anterior visita. A aquellos encuestados que han visitado anteriormente Andalucía, se les pregunta si han mejorado, empeorado o se mantienen distintos aspectos, como alojamiento, red de comunicaciones, medio ambiente, etc.

En los estudios previos efectuados para definir la muestra a investigar por la encuesta no se dispuso de información precisa sobre la población objetivo del proyecto ni, especialmente, sobre su distribu-

ción a lo largo del territorio y el tiempo. Por ello para la determinación y distribución de la muestra, se utilizó como información base la "Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros" del INE complementándose con otras fuentes (Censo de Viviendas de Andalucía 1991, Vacaciones de los españoles, etc.) además los resultados de la encuesta han sido un elemento determinante para establecer los mecanismos de ajuste de la muestra, corrigiendo las desviaciones que incorporaba el primer diseño muestral.

En los últimos años han aparecido nuevas fuentes de datos sobre el turismo andaluz y se dispone de información sobre número de viajeros, su distribución por el territorio y otras variables de interés. A consecuencia de ello y con el objeto, no solo de mejorar el marco de población y la distribución muestral, sino también de disponer de información más adecuada a las necesidades actuales, el Instituto de Estadística de Andalucía y la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte están llevando a cabo una revisión metodológica que comenzará a surtir efecto a partir del segundo trimestre de 2006.

Encuesta de Seguimiento Turístico

La Encuesta de Seguimiento Turístico realizada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y con metodología homogénea a la ECTA, tiene como objetivo realizar un seguimiento continuado de la realidad turística andaluza durante los periodos de mayor afluencia turística, verano y Semana Santa, analizando las principales variables de demanda y poder cumplir así con el compromiso de seguir

muy de cerca el comportamiento de este sector durante dichos periodos.

Esta encuesta ha sido utilizada para obtener de la demanda determinada información que no proporcionaba la ECTA, concretamente en lo referente a un mayor desglose del gasto turístico cubriendo así las partidas recogidas por los productos característicos de la Cuenta Satélite del Turismo.

Encuesta al Excursionismo en Andalucía

Los excursionistas constituyen una parte de la demanda turística en tanto en cuanto son personas que se desplazan de su entorno habitual y consumen en el lugar visitado con la única característica de que no pernoctan en él. Las dificultades que supone la medición de este fenómeno, junto con su menor significación en relación con el turismo ha reducido al mínimo la atención prestada por los sistemas estadísticos. En el caso de Europa en la Directiva sobre la recogida de información en el ámbito del turismo (D95/57 CE) no se establece como obligatorio para los países ofrecer información acerca de los excursionistas. Todo ello ha dado lugar a que la información sobre este fenómeno sea escasa.

Sin embargo para la elaboración de una CST es necesario conocer esta parte de la demanda turística, planteando además el marco metodológico la posibilidad de distinguir dentro de los excursionistas aquellos en tránsito. Estos son visitantes que no regresan a sus lugares de origen de forma inmediata, si bien realizan una parada

en la localidad o país de referencia en su camino hacia un destino diferente.

En el marco de los trabajos para la elaboración de la CST para Andalucía 2000 la D. G. de Estudios Andaluces, de la Consejería de Relaciones Institucionales, ha sido la encargada de abordar las operaciones que permitan aproximar el gasto por productos de acuerdo con la lista de productos característicos de los excursionistas.

La estimación del volumen total de excursionistas en Andalucía es uno de los principales problemas²⁸, para ello se ha partido de la información proporcionada por las operaciones nacionales Frontur y Familitur realizadas por el Instituto de Estudios Turísticos.

La encuesta al excursionismo en Andalucía ha permitido estimar la estructura de gasto de los excursionistas en Andalucía, esta investigación se ha planteado como una encuesta de gasto en destino al igual que la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.

La encuesta se realiza en una selección de puntos testigos de afluencia turística, bien por ser puntos de entrada y salida o de atracción turística. En este caso se ha modificado el inventario de lugares de encuestación, con respecto a la ECTA, para adaptarlo al tipo de visitantes que se investiga, por ello, no se han incluido aeropuertos, hoteles, etc. Los lugares en donde realizar la encuesta han

²⁸ En las estadísticas andaluzas la operación diseñada al efecto para conocer la demanda turística, la ECTA, no incluye entre la población objetivo a los excursionistas.

sido, por tanto, aquellos en los que cabe esperar una elevada proporción de excursionistas, como es el caso de los restaurantes, estaciones de tren y autobús, monumentos, etc. En este punto, la clave está en poder acceder al excursionista cuando ha realizado la mayor parte del gasto ya que al no haber pernoctación no se puede acudir al gasto realizado en el día anterior al de la entrevista centrándose la investigación a partir de la mitad de la jornada (restaurantes) y en el momento de la salida.

Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía²⁹

El Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía es una actividad estadística realizada por el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) que pretende reflejar el comportamiento económico de los sujetos que intervienen en la economía andaluza, sus interrelaciones y los resultados de su actividad económica.

Andalucía cuenta con una cierta tradición en la elaboración de cuentas regionales cuyas primeras experiencias se remontan a 1975. A este año se refiere la primera tabla input-output y la primera contabilidad regional elaborada por equipos de las universidades de Málaga y Córdoba. Posteriormente se han elaborado para los años 1980, 1990, 1995 y 2000, haciendo coincidir para este último año las CSTA, con el objetivo de garantizar la homogeneidad metodológica en el proceso de elaboración y la coherencia macroeconómica de los resultados.

²⁹ Para una descripción más detallada del marco input - output remitirse al capítulo 9 del SEC-95.

El Marco Input- Output es un instrumento estadístico - contable en el que se presenta la totalidad de las operaciones de producción y distribución que tienen lugar en una economía en el periodo de un año, siendo por tanto un instrumento muy potente de análisis económico.

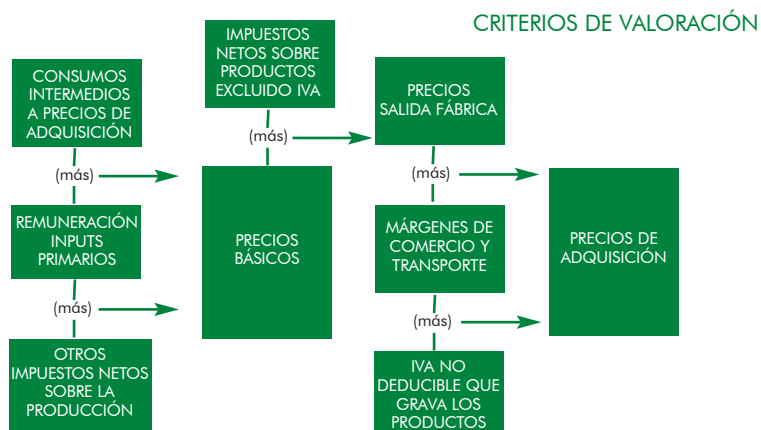
Los conceptos y criterios de valoración e imputación que se utilizan son el resultado de un consenso internacional (SEC-95), lo que facilita la comparación entre distintos territorios económicos.

El actual marco central de referencia para las estadísticas económicas y sociales de la Unión Europea, el SEC-95, contempla el Marco Input - Output en tres tablas:

- Origen, donde se muestra la oferta de bienes y servicios por producto y tipo de proveedor, distinguiendo entre la producción de las ramas de actividad interiores y las importaciones.
- Destino, muestra los empleos que hace la economía de los bienes y servicios de que dispone, por producto y tipo de empleo.
- Simétrica, se trata de una matriz en la que se describen los procesos interiores de producción y las operaciones de bienes y servicios de la economía interior con gran detalle, utilizando para las filas y columnas bien una clasificación por producto o por actividad.

En el SEC-95, uno de los aspectos a los que en principio se atribuye mayor importancia es al de la valoración de los bienes y servicios que circulan en la economía. Tres son las valoraciones que admite el sistema: precios básicos, precios de productor y precios de adquisición. Este planteamiento responde al objetivo del sistema de reflejar las diferencias existentes entre los precios pagados según el agente implicado en la economía.

Los precios de adquisición se obtienen sumando a los precios de productor o salida de fábrica los márgenes de comercio y de transporte desde la producción hasta el consumo. A su vez los precios salida de fábrica son la suma de los precios básicos y de los impuestos (netos de subvenciones) sobre los productos. Por lo tanto los precios de adquisición serán la suma de los precios básicos, los márgenes de comercio y de transporte, y los impuestos netos sobre los productos.



CSTA 2000

03.4 Métodos de estimación de las CSTA2000

Si bien el número de fuentes empleadas en la elaboración de las CSTA2000 ha sido lógicamente elevado pueden, no obstante, destacarse dos de ellas. Por el lado de la demanda la ECTA que, como se indicó, se viene realizando desde el año de referencia de 1999. Por el lado de la oferta, las tablas IO de Andalucía -y toda su considerable base de datos- correspondientes al año 2000 y recientemente publicadas.

Como ya se indicó, el mejor procedimiento para estimar la demanda turística es, en principio, una encuesta de demanda. En consecuencia, la mayor parte del cálculo efectuado en Andalucía ha sido a través de esta vía. Ahora bien, por diversas circunstancias y ocasionalmente no se ha contado con la información necesaria, ya sea porque el gasto se ha efectuado preferentemente en origen y no en destino, ya sea porque el gasto ha sido de menor consideración y, por tanto, no se ha detectado bien en la ECTA, bien por otros motivos que se irán señalando. En el caso de carecer de información de demanda se han utilizado datos de oferta, o recogidos de las empresas, debiendo haberse estimado entonces la parte de la producción que pudiera tener destino turístico.

Las actividades recogidas en las estimaciones de la demanda han sido de acuerdo con la metodología:

Servicios de alojamiento. Hoteles y similares

Los servicios de alojamiento comprenden dos diferentes actividades, la de los hoteles y la de alquileres inmobiliarios.

Alojamiento hotelero

La actividad de hostelería, CNAE 55, comprende los servicios de alojamiento suministrados por:

55101	Hoteles y moteles
55102	Hostales y pensiones
552	Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración
5521	Albergues juveniles y refugios de montaña
55231	Apartamentos turísticos
55232	Centros y colonias de vacaciones
55233	Otros alojamientos turísticos

La Cuenta Satélite recoge en este apartado únicamente los servicios de alojamiento, separando los otros servicios que pueden prestar los hoteles: restauración, discotecas, comercios, etc., que se incorporan a su actividad correspondiente. Como se verá, la hostelería no cuenta, por tanto, con problemas de delimitación sin más que recordar que los apartamentos que incluye, hacen referencia a los habitualmente denominados "reglados", con un claro uso turístico, sin comprender otros apartamentos destinados al alquiler de residentes o los adquiridos en propiedad para segunda residencia del propietario.

Por otra parte, el MIOAN-2000 recoge la actividad en una rama específica que ofrece el detalle de las estimaciones efectuadas por parte del IEA. Se une a ello, el carácter absolutamente turístico de

la actividad, ya que la práctica totalidad del servicio de alojamiento irá destinada a un turista. El INE ha tenido en cuenta que un número muy pequeño de personas pueden residir en un hotel, siendo éste su domicilio habitual, así como cabe pensar también que algún residente puede utilizar esporádicamente un hotel en su entorno habitual³⁰, pero estos usos son claramente marginales y no contradicen la afirmación anterior.

Las estimaciones del IEA han tenido en cuenta la información proveniente de la ECTA en el marco de los resultados nacionales, llegando a unas cifras que, el carácter satélite de estas CSTA, ha hecho preciso aceptar. Tan sólo, se han reducido marginalmente las magnitudes atendiendo a los usos no turísticos que se acaban de citar.

Alquileres inmobiliarios

Es preciso distinguir dos casos bien diferentes de alquileres inmobiliarios, los reales y los denominados "ficticios". Con referencia a los primeros no existen grandes o especiales problemas de comprensión o estimación. Un visitante acude a la región y alquila una vivienda a otro particular o a una unidad de producción, de forma directa o a través de agencia, por un período de tiempo cierto, abonando un precio por la adquisición de dicho servicio. Como se ve, una realidad cotidiana nada extraña o compleja.

³⁰ Invitados a una boda que optan por dormir en el hotel donde se celebra el acontecimiento -ocurriendo todo ello en el entorno habitual de personas y establecimiento-, fiestas de fin de año que incluyen habitación...

Sin embargo el Sistema Europeo de Cuentas (SEC), derivación o adaptación del Sistema de Cuentas Nacionales de la ONU, añade algunas convenciones que tienen singular repercusión en estas cuentas. Así, por una parte, indica que la adquisición de viviendas por parte de los hogares será un gasto de inversión, de hecho la única posibilidad de formación de capital que se atribuye a estos hogares ya que el resto de sus gastos serán por consumo -incluyendo el de bienes duraderos que puedan ser utilizados durante espaciosos períodos de tiempo: la compra y disfrute de un automóvil, un electrodoméstico, una cámara de fotos ...-.

En segundo lugar, y de manera acorde o derivada de la anterior, se establece que este bien de inversión, la vivienda, genera una producción, una renta y un consumo *ficticio* para su propietario estimable por el alquiler que habría de pagar si fuese inquilino de su propia vivienda. A este alquiler se le denomina "*alquiler imputado*", alquiler *ficticio* como se ve pero de indudables repercusiones económicas³¹.

Las razones para realizar esta imputación se recogen en el propio SEC indicándose que de no hacerlo no se recogería la renta equivalente al alquiler real, que de otra forma tendría que soportar el propietario. Y además de ello, por razones de comparación entre

³¹ Los propietarios de las viviendas se consideran cuasi-sociedades que producen los servicios de vivienda. Se trata de una producción para uso final propio como su gasto -consumo final de los hogares- también lo es. Las rentas en especie que se obtienen del alquiler son, por convenio, excedente bruto de explotación y no renta mixta. Los alquileres imputados a viviendas en un territorio concreto hacen abstracción de si el propietario es o no residente, entrando todas ellas a formar parte de las magnitudes turísticas de ese territorio.

estados, o regiones, ya que: *la ratio de viviendas ocupadas por sus propietarios puede variar perceptiblemente entre países e incluso, entre períodos de tiempo dentro de un país, de modo que, las comparaciones internacionales e intertemporales de la producción y del consumo de los servicios por los hogares, pueden estar distorsionadas si no se hace ninguna imputación al valor de los servicios de alojamiento en viviendas propias (SNA93 p.6.29).*

Como se ha indicado, la estimación del alquiler imputado debe hacerse por el alquiler que el propietario se "ahorra"³² al cabo del año, pero aunque en principio este criterio pueda parecer de fácil aplicación conviene caer en la cuenta del reducido tamaño que el mercado de alquileres alcanza en España y, consecuentemente, en la carencia de información de sus precios y de las otras características que lo conforman.

Un caso que atañe singularmente al turismo es el de la denominada segunda vivienda o vivienda de vacaciones, lugar donde acuden temporalmente los propietarios tanto en fines de semana como en otros períodos de asueto. Su "alquiler imputado" es de obligada estimación en estas cuentas, pero a la dificultad anterior ya citada se une el de la carencia de un censo que recoja de manera precisa el número y situación de estas viviendas. Todo ello, como se entenderá, hace muy difícil su valoración.

³² De acuerdo con el SEC se mide por el valor estimado del alquiler que pagaría un inquilino por el mismo alojamiento, tomando en consideración elementos como la situación, el equipamiento de la zona ..., así como el tamaño y la calidad de la vivienda en cuestión (SEC95, Para. 3.64)

Las carencias de información han hecho que esta magnitud haya sido calculada excepcionalmente de arriba abajo o, si se prefiere, regionalizando la cifra nacional atendiendo al peso andaluz en la magnitud³³. Esta estimación se refiere a los alquileres imputados, ya que los "reales" si han podido ser evaluados a través de la ECTA.

Servicios de provisión de alimentación y bebidas

La actividad de restauración se encuadra en el código 55 de la CNAE, existiendo por tanto una perfecta relación entre esta clasificación y la rama y servicios característicos propuestos en las CST.

553	Restaurantes
554	Establecimientos de bebidas
555	Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas

Los datos de consumo y producción globales de la actividad en la región se conocen, una vez más, a través del MIOAN 2000, pero al no estar destinados la totalidad de estos servicios de provisión de alimentos a los turistas, es preciso estimar justamente su proporción sobre el total.

La fuente para el cálculo de las cifras de gasto en restauración ha sido la ECTA y la encuesta a los excursionistas, habiéndose realiza-

³³ El documento del INE sobre CST especifica los criterios y métodos de estimación de estos alquileres.

do un esfuerzo especial ya que, no en balde, se trata de una de las mayores partidas a estimar en las cuentas del turismo.

El dato resultante ha sido el medio obtenido de las encuestas de los turistas -lógicamente elevado-, observándose dos hechos de interés. El primero que su cuantía ha resultado ser muy estable o congruente con el resto de ejercicios de los que se dispone, desde 1999 hasta la actualidad, dejando aparte, como es lógico, el efecto provocado por la inflación. El segundo, no tan favorable pero esperable, que las respuestas de los turistas se reparten en un abanico muy amplio, no concentrándose de manera singular en ningún estrato apreciable.

Transportes

El gasto en transporte de pasajeros ha sido uno de los de mayor dificultad de estimación. Ya por su propia naturaleza es de difícil valoración; la residencia de las empresas es, en muchas ocasiones, más teórica que real, su actividad puede realizarse en el territorio o fuera de él, puede operar por cuenta de residentes o de no residentes, y otras muchas circunstancias. Pero, con todo, el gran problema que concurre en esta ocasión es el de la regionalización de las compañías nacionales que operan en toda España, regionalización que ha sido efectuada por parte del IEA y ha sido recogida en el MIOAN2000.

Las cifras que mueve el turismo se concentran sobremanera en tres o cuatro grandes gastos: alojamiento, restauración, transporte y com-

pras y, por tanto, el transporte es un componente esencial en el resultado final, en la magnitudes turísticas de un estado o región.

Puede ocurrir que el visitante viaje a su destino, Andalucía, en una operadora de transporte de su propio territorio o país, en cuyo caso el gasto en que incurra es, desde luego, ajeno a la región. Pero puede hacerlo en una compañía nacional, en cuyo caso el gasto si afectará a la región en la medida en que se decida en qué porcentaje dicha compañía es andaluza. De esta manera, es obligado realizar este ejercicio de regionalización, aunque la tarea nunca sea fácil.

Debe observarse que la totalidad del transporte aéreo y la gran mayoría del marítimo -siempre haciendo referencia a pasajeros- tendrán carácter turístico toda vez que, como mínimo, será adquirido por un excursionista que se desplaza fuera de su región y vuelve a su entorno habitual en el transcurso del mismo día, sin pernoctar fuera, pero saliendo siempre de su entorno habitual. También, el transporte ferroviario será turístico en el caso de los largos recorridos e incluso, en buena parte, en el caso de recorridos interregionales. Tan sólo cabe esperar que tenga carácter minoritario en el caso del transporte de cercanías. El caso del transporte por carretera será, por último, más dispar, debiendo estimarse unas cifras o proporción turística que, en nuestro caso, pueden obtenerse adecuadamente de la ECTA.

Ahora bien, la "tradición estadística" de la región ha sido muy prudente o conservadora a la hora de regionalizar estas y otras compañías nacionales toda vez que se pensó, que su repercusión económica en la región sería muy escasa siendo, por el contrario, su estimación bien

difícil. Desde luego, cuando existía información al respecto podían regionalizarse los salarios de los trabajadores residentes en la región, pero prácticamente en ningún caso se optó por atribuir a Andalucía parte alguna del excedente de explotación, el otro componente de valor añadido de la empresa. Esto explica, que el transporte presente tradicionalmente en la región cifras muy moderadas en lo que se refiere a su vertiente interior, y comparativamente altas en lo que se refiere a la importación

Este criterio, sin embargo, se ha modificado en los últimos tiempos atribuyéndose la región una parte mayor de las compañías nacionales de acuerdo a las indicaciones que Eurostat y el INE han venido efectuado en este sentido. Se pretende con ello, que las regiones adquieran un mayor peso en las actividades dominadas por empresas de carácter nacional y, sobre todo, un mayor acercamiento a la realidad. Con todo, la cuota asignada a la región en algunos de los transportes continua siendo muy moderada, poniéndose bien de manifiesto la dificultad que tiene esta asignación, en especial en lo que concierne al tráfico aéreo de pasajeros. Y todo ello, como es lógico, ha repercutido tanto en la importancia relativa del transporte en las magnitudes turísticas de la región, como en la propia importancia del turismo andaluz sobre el total nacional.

El transporte ferroviario se ha estimado por la oferta toda vez que en el caso de viajeros sólo concurre una sola empresa, RENFE, sobre la que se dispone de adecuada información suministradas para la confección del MIOAN-2000. Los criterios de regionalización han sido establecidos por parte del IEA correspondiendo a la Consejería de

Turismo, Comercio y Deporte la estimación de la cuota turística. El ejercicio no ha tenido especial dificultad de acuerdo a las consideraciones ya efectuadas en cuanto a los recorridos del ferrocarril, habiéndose concentrado los esfuerzos en el uso de los cercanías por parte de turistas y excursionistas. A tal fin, se ha empleado información de demanda tomada de la ECTA y de la encuesta específica a excursionistas.

El consumo en transporte por carretera ha sido estimado prioritariamente a través de las encuestas de demanda, aunque los resultados han sido lógicamente enfrentados a la abundante información que se disponía sobre la oferta, sobre transportistas de viajeros por carretera. Quizás la estimación más compleja ha sido la referente al uso del servicio de taxi por parte de los visitantes, toda vez que las encuestas no llegaban hasta ese nivel de detalle.

El gasto en transporte marítimo carece de importancia en la región ya que son muy pocos los visitantes llegados a través de este medio de locomoción, así como son también muy pocas las empresas dedicadas a esta actividad domiciliadas en un puerto de la región. Lógicamente si es importante el paso del estrecho de Gibraltar pero éste es realizado por empresas con puertos base fuera de la región, especificando el SEC en esta ocasión particular que tendrán carácter de no residentes³⁴ : *"En el caso del transporte marítimo y fluvial, la pro-*

³⁴ De esta manera, si un turista de vacaciones en Andalucía realiza una excursión a Ceuta en un barco de la Transmediterránea, póngase por caso, sólo repercutirá su gasto en la región en lo que se refiere al uso del puerto pero no en lo que concierne al gasto de transporte marítimo.

ducción y el equipo móvil se asignarán al puerto que sirve de base de la unidad" (SEC 13.26). De manera acorde con ello, no es posible estimar exportaciones de importancia de servicios de transporte marítimo a no residentes por parte de operadores andaluces, mientras que en el caso que sean los andaluces los adquirentes de estos servicios tendrán carácter de importaciones dentro de su turismo interno o, más frecuentemente, serán parte del turismo emisor.

El caso del transporte aéreo es singular tanto por su importancia sobre el total de la actividad como por no estar tan claros en el SEC los criterios de asignación al territorio. La cuota nacional atribuida a Andalucía ha guardado relación con el número de vuelos efectuados por compañías nacionales que tienen como destino o salida la región, pero el bajo ratio resultante ha planteado ciertas dudas sobre su representatividad.

Por otra parte, no cabe duda que una parte de los andaluces adquieren billetes de transporte de compañías no residentes para efectuar su salida hacia el resto de España o resto del mundo, lo que supondría una importación de estos servicios para la región. Sin embargo, en el MIOAN 2000 no se han recogido estas partidas por dificultades de estimación.

Anexos a los transportes

La actividad de anexos a los transportes está formada, como su nombre indica, por servicios que auxilian a las diferentes tipologías de transportes. En buena parte, se trata de servicios a empresas o servi-

cios "intermedios", aunque en un buen número de casos pueden ser adquiridos directamente por los consumidores finales. La clasificación de actividades en vigor distingue:

63	Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes
631	Manipulación y depósito de mercancías
632	Otras actividades anexas a los transportes
63211	Terminales y estaciones de ferrocarril
63212	Terminales de estaciones de autobuses de viajeros
63213	Autopistas de peaje y otras vías de peaje
63214	Aparcamientos
63221	Explotaciones de puertos y servicios portuarios
63231	Explotaciones de aeropuertos
633	Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos ...
634	Organización del transporte de mercancías

Por su importancia intrínseca para el turismo la actividad de agencias de viajes tiene una consideración especial e independiente y, por tanto, no se incluye aquí.

Las actividades más relacionadas con el consumidor final y con el visitante son las que guardan relación con los vehículos automóviles: servicios de parking y autopistas, pero ello no evita, como es lógico, que pueden también ser adquiridos por empresas alcanzando, entonces, carácter intermedio.

En principio, la cuenta de consumo de las CST invita a valorar precisamente los consumos finales ya que, su naturaleza, no plantea dudas. A tal fin, se han debido elaborar ciertos estimadores de cara a imputar al turismo la parte o cuota que le corresponde, toda vez, que las encuestas de demanda no llegan a tal grado de detalle.

En lo que se refiere a las autopistas, como es sabido existen dos en la región, una que recorre el trayecto Sevilla-Cádiz y otra que transcurre por la Costa del Sol occidental. En ambos casos, se ha contado con información de su facturación, proveniente de las encuestas requeridas para la realización de las TIOA 2000. Para asignar el uso turístico de estas autopistas se ha estudiado su tráfico mensual, determinando que en el mes de menor afluencia las personas que utilizaban esta ruta lo hacían para desplazarse a su lugar de trabajo o residencia, a sus entornos habituales y, por tanto, no eran visitantes. Establecida esta hipótesis, durante el resto del año, los viajeros que superaran esta cifra se consideraron visitantes.

En el caso de los aparcamientos, también su estimación se ha realizado a través de la oferta. En este caso se contaba con una muestra grande o representativa de los aparcamientos de la región, siendo necesario tan sólo su asignación proporcional al turismo. Como indicador se ha usado a estos efectos el número de vehículos, comparando la cifra de visitantes que ha venido en su propio vehículo, más el número de coches alquilados por visitantes -y ponderando por sus respectivas estancias- en relación al parque de automóviles andaluz. En definitiva, el mismo criterio que se utilizó para imputar el consumo de talleres y reparaciones de estos mismos automóviles.

El último consumo final que cabría imputar aquí hace referencia al uso de los aeropuertos por parte de los viajeros, toda vez, que éstos abonan específicamente una tasa o precio en sus billetes de transporte aéreo. Esta información ha provenido de AENA y sus repartos entre residentes y diferentes clases de no residentes se han efectuado de acuerdo a sus proporciones o pesos recogidos en la ECTA.

Estimado el consumo final e intermedio de autopistas, aparcamientos y tasas de aeropuertos no cabe duda que aún restan un amplio conjunto de actividades anexas al tráfico de pasajeros cuyo uso no es abonado directamente por el viajero. Estos servicios son consumidos tanto por empresas de transporte andaluzas, como del resto de España o del resto del mundo, no siendo indiferente este destino a efectos de su valoración. En efecto, en el caso de que sean adquiridos por una empresa andaluza o residente en Andalucía tendría la consideración de consumos intermedios, mientras que si fuese adquirido por una empresa no residente tendría la consideración de exportaciones de servicios.

Surge aquí la dificultad de valorar estas exportaciones que, sin duda, tienen estrecha relación con el turismo, o más que de valorarlas, de situarlas en el marco de las CST, toda vez que no tienen una fácil ubicación. Quizás el sistema, la metodología, tan exigente y rigurosa en la mayor parte de los casos, presenta aquí una pequeña fisura ya que no parece distinguir adecuadamente la forma más correcta de incluir estas exportaciones. A lo que se une el problema ya tradicional de distinguir entre consumo de no residentes en el territorio y exportaciones, conceptos de fronteras difusas.

La solución empleada por el INE³⁵, y que se ha aplicado a la CSTA2000, ha sido la de incluir la exportación de servicios anexas dentro de la cuenta de consumo ubicándolos específicamente en consumo de no residentes, si bien sin diferenciar específicamente su cuantía. Pero esta solución tiene ventajas e inconvenientes.

Por una parte, resulta interesante o necesario incluir estas exportaciones de servicios -junto con el resto de ellas- en las CST, toda vez que éstas pretenden recoger toda la demanda final turística, por mucho que el consumo de las Administraciones Públicas y el gasto en formación de capital o inversión sea aún optativo por dificultades de estimación y no, en ningún caso, por razones metodológicas ya que su inclusión está bien clara. Pero por otra, su adición al consumo si bien evita su exclusión o no valoración, convierte a este concepto en una magnitud más confusa, dificultando su comparación con el resto del consumo final de las cuentas regionales o nacionales. Es por ello que parece sería más adecuado, en la medida de lo posible, su identificación exclusiva en unas magnitudes independientes dentro de la demanda final turística.

En nuestro caso, por tanto, se han valorado e incluido estos consumos intermedios en el caso de que hayan sido adquiridos por empresas no residentes es decir, que hayan podido considerarse exportaciones para Andalucía, valorando el uso de aeropuertos, puertos y actividades anexas de RENFE. En todos estos casos se ha dispuesto, una vez más, de información de oferta suministrada al

³⁵ INE, Cuenta Satélite del Turismo de España, página 28.

MIOAN-2000. La abundante información de aeropuertos y la dedicación marginal de éstos al tráfico de mercancías no ha hecho muy compleja su valoración, mientras que en los otros casos citados ha sido preciso, en primer lugar, realizar el deslinde de dedicación de estos anexos bien a carga o bien a viajeros. El número y clase de buques entrados en los puertos andaluces ha sido el ratio considerado para estimar la cuota turística de los anexos portuarios, mientras que en el caso de RENFE ha habido que distinguir entre más casos pero, en definitiva, el peso del tráfico de pasajeros hacia fuera de la región ha parecido el mejor indicador para la correcta asignación de la actividad anexa de RENFE, actividad fundamental por otra parte de esta compañía pública.

Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros

El alquiler de vehículos y embarcaciones se recoge en la CNAE 71: *Servicios de alquiler de maquinaria y equipo sin operario, y de efectos personales y enseres domésticos*, sin embargo, por su importancia para el turismo, se desglosa en una actividad característica. Los datos de demanda o gasto en alquiler de vehículos se han obtenido de las Encuestas de Demanda, mientras que la producción ha procedido de las estimaciones del IEA para la elaboración del MIOAN 2000.

Agencias de viajes y similares

De igual forma que la actividad anterior, la producción de las agencias de viaje se encuadran en una CNAE -la de anexos al transpor-

te ya referida- de donde se extrae por su propia importancia específica.

Las dificultades encontradas en su estimación por la vía de la demanda han hecho que ésta se haya efectuada por la oferta o producción de las agencias con establecimientos en Andalucía. Hay que tener presente que el sistema exige que la actividad de las agencias se estime por su margen, tal como se hace en otras ramas como el comercio, y no por su producción bruta. Quiere con ello decirse que si el cliente adquiere un billete de transporte en una agencia y ésta le factura tanto el citado billete como su margen o comisión, sólo debe cuantificarse como venta de la agencia a éste último y no el total - mientras que el servicio de transporte se anotará, lógicamente, en la actividad de transportes-. De igual forma, cuando el visitante ha adquirido todo su viaje por medio de un "paquete", éste ha de desmembrarse o subdividirse en todas sus partes o componentes adjudicando, en esta ocasión, el margen de la agencias y, en su caso, mayorista, a esta actividad, y el resto de partes a sus ramas respectivas.

Servicios culturales y servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo

Las actividades encuadradas en la CNAE 92 Servicios recreativos, culturales y deportivos son divididos por el sistema en dos ramas características, lo que no siempre es sencillo de efectuar ya que las encuestas de gasto no suelen descender a tal grado de detalle. En todo caso, la Consejería, en previsión de la realización de estas Cuentas efectuó unas extensiones o ampliaciones de su ECTA

durante los meses estacionalmente más altos para el turismo, que han permitido de manera adecuada distinguir entre la adquisición de servicios culturales por una parte y los servicios recreativos por otra³⁶.

³⁶ Las actividades relacionadas con cada una de estas partidas y la CNAE puede consultarse en: Eurostat, European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts (TSA), anexo 3.

Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000

04: tablas de resultados

Tablas de resultados

El Marco Conceptual de la Cuenta Satélite del Turismo propone la realización de 4 tablas de demanda, que describen el consumo del visitante. La tabla 1 se centra en el turismo receptor, la número 2 en el turismo interno, la tercera en el turismo emisor y la cuarta es la que recoge el consumo interior en efectivo y en especie del visitante³⁷.

En Andalucía se ha optado por realizar la tabla 4, que es la que recoge el total, debido a las dificultades de desagregación del consumo excursionismo por nacionalidades exigido en las tres primeras. Asimismo, en cuanto a la tabla 3 que se centra en el turismo emisor, las operaciones estadísticas necesarias para proporcionar esta información no han estado disponibles en cuanto al desglose exigido es por ello que sólo se proporciona la cifra global.

La tabla de **demanda** que incluye este documento denominada "*Consumo turístico interior por productos y modos de turismo*" incorpora información sobre el consumo interior del visitante a precios de adquisición, distribuyendo su cuantía entre el excursionista y el turista que, a su vez, se divide entre el del resto del mundo, resto de España e interno. La tabla también muestra una columna que recoge otros componentes del consumo del visitante (excursionistas y turistas) definidos como gastos turísticos de negocios y una transferencia en especie que se corresponde con su gasto en alimentación. Esta última columna se presenta de una

³⁷ CST: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual. Capítulo 4, apartado A.4

forma global y no separada por modos de turismo por la dificultad de atribución de estos componentes.

Los resultados de cada fila de esta tabla se valoran netos de márgenes de agencias de viajes y touroperadores cuya cifra se recoge en la fila de agencias de viajes.

La tabla de **oferta** denominada Cuentas de producción de las ramas de actividad turística y de *otras ramas de actividad* presenta las cuentas de producción de las ramas características del turismo definidas en el Marco Conceptual y la del resto de las ramas de la economía andaluza. Esta se presenta de tal forma que facilite su posterior contraste con la tabla de demanda y se divide en tres partes:

1. Desglose de la producción por productos a precios básicos ajustándose a los criterios de valoración del SCN 93
2. Muestra los consumos intermedios desglosados por ramas.

La diferencia entre los valores de las dos primeras partes proporciona el Valor Añadido Bruto (VAB) a precios básicos.

3. Componentes del Valor Añadido Bruto (VAB)

Por último se propone la tabla de ajuste que contrasta la oferta con el consumo turístico interior por productos, siendo en esta tabla donde se calculan las macromagnitudes turísticas como el Valor Añadido y el PIB turístico.

Las filas de esta tabla son las mismas que las correspondientes a la tabla de oferta, en el primer bloque se detalla la producción de los productos característicos del turismo desagregando los servicios turísticos propiamente especificados en el Marco Conceptual de CST. En la segunda parte se incluyen los consumos intermedios.

En las columnas se distribuyen las ramas de actividad características del turismo, siendo el resto de actividades de la economía andaluza una columna que engloba a aquellas que no han sido clasificadas como turísticas. Para cada una de las columnas que presenta la oferta se muestra una comparación sistemática con el consumo turístico interior por productos.

Tras las columnas representativas de cada rama de actividad aparece aquella que incluye el total de la oferta de los productores andaluces a precios básicos y que contiene el total de la producción (la correspondiente a las ramas turísticas y a las actividades no turísticas). A ésta se le añade una columna con las importaciones de bienes y servicios y otra que recoge el valor de los impuestos netos de subvenciones sobre los productos relativos tanto a la producción interior como importada, para poder obtener el total de la oferta interior a precios de adquisición. Una vez obtenida la oferta a precios de adquisición se compara con el consumo turístico producto a producto obteniéndose el ratio del turismo sobre la oferta.

Por último, se incluyen tablas con los indicadores no monetarios del Turismo de Andalucía. El número de viajes y de pernoctaciones por tipos de turismo y categorías de visitantes se ha podido com-

pletar, mientras que la desagregación por medios de transporte se ha realizado teniendo en cuenta los medios de transporte predominantes en Andalucía. En cuanto a la oferta se ha omitido la información sobre Alojamientos Turísticos Privados por carecer de ella.

Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000

05: anexo

Otros aspectos metodológicos

Formación bruta de capital

La Formación de Capital ha sufrido con el nuevo SEC 95 algunas variaciones que, si bien no han alterado su naturaleza, han ampliado su ámbito. Se distinguen ahora tres grandes desgloses: formación bruta de capital *fijo*, *variación de existencias* y adquisiciones menos cesiones de *objetos valiosos*, mientras que determinados gastos, como los de prospección minera o los de desarrollo de software informático, han dejado de considerarse consumos intermedios pasando a ser inversión. Los datos publicados en España ya sea para el conjunto del país o para regiones determinadas, muestran que de las tres clases o tipos de formación, destaca por su cuantía la de capital fijo y, dentro de ella la dedicada a construcción, con cifras que superan el 50% del total.

Las cifras de inversión se han venido publicando bajo diversos enfoques:

- En las tablas input output se ha venido informando de la rama productora del bien de inversión (filas), y del detalle de inputs necesarios para su producción (columnas). No se conocía el adquirente ya que el destino era el vector formación de capital dentro de la demanda final.
- En las cuentas de capital de los sectores institucionales (*empresas, administraciones públicas, hogares...*) se han venido mostrando las adquisiciones netas (compras menos ventas) de bienes de inversión de cada uno de ellos. Las

cifras consolidadas formaban parte de las cuentas simplificadas de la nación, de los cuadros macroeconómicos y del propio PIB.

- En anexos de la Contabilidad Nacional o Regional se ha proporcionado información adicional de la inversión por tipos de *productos* (oferta): *Productos de la agricultura, Productos metálicos y maquinaria, Equipo de transporte, Viviendas y otras contricciones y otros* -ver anexo-.

Pero otra novedad del actual SEC es la propuesta de publicación de información adicional que, si bien en buena parte ya se venía realizando dentro de las tareas de elaboración de las tablas input-output, no solía publicarse. Se recomienda así la elaboración de cuadros o tablas que recojan no sólo la rama productora del bien de inversión sino también la rama adquirente (demanda): *formación bruta de capital por "productos" y "ramas adquirentes o propietarias"*. En cumplimiento de estas exigencias, se han ido publicando estos datos, combinándose la oferta de bienes de inversión (productos) con su demanda (adquirentes por ramas de actividad) en una presentación más completa. Pero hay que presumir también que se dispondrá de esta información en los años terminados en 0 y 5, es decir, en los ejercicios en que se elaboran tablas. En el resto de anualidades podría plantearse la necesidad de actualizar las cifras de gasto en inversión y en relación a este objetivo se plantean las siguientes vías:

- La vía más obvia y también más costosa en la encuesta-

ción, procedimiento que también habrá sido necesario para estimar el gasto en inversión en los años con TIOs.

- En lo que se refiere a las unidades productivas, una segunda vía podría ser la búsqueda y uso de información de menor calidad que permitiera estimar el gasto y, en este sentido, la fuente más económica disponible es el Registro Mercantil. Esta fuente presenta varias limitaciones pero con todo es la más amplia disponible en la actualidad:
 - Presentan cuentas en los Registros las empresas, no los establecimientos, con lo que puede ocurrir que establecimientos turísticos establecidos en la región tengan su sede empresarial en otra región o viceversa.
 - No presentan cuentas los autónomos es decir, en términos generales, los pequeños establecimientos como bares, pensiones etc.
 - La información presentada no siempre es veraz, mostrando en términos generales unos resultados económicos inferiores a la realidad, mediatizados por la presión fiscal.
 - Los criterios de valoración de los activos del balance (cuya diferencia anual aproximaría el valor de la formación de capital) no siempre son uniformes entre las diferentes empresas y, en ocasiones, ni siquiera entre las propias empresas a lo largo de ejercicios sucesivos.

- En lo que se refiere a la inversión en vivienda de los hogares (segunda residencia, apartamentos para alquiler a visitantes...) la mejor fuente disponible es el censo de población y viviendas, con el principal inconveniente de su única publicación por década.

Con la información que se ha descrito, se abre una segunda etapa que consiste en el deslinde de la parte de la formación de capital que quepa atribuir al turismo. La metodología de las Cuentas Satélites del Turismo (CST) plantea realizar tres tipos de deslindes:

- a) Estimación de la formación de capital de las *industrias* turísticas.
- b) Estimación de la formación de capital en infraestructuras turísticas realizadas por las administraciones públicas o cualquier otro agente.
- c) Estimación del resto de la formación de capital necesaria para proporcionar bienes o servicios a los visitantes.

En lo que concierne a los apartados b y c y en menor medida en el a, se señala que la dificultad del deslinde radica no ya sólo en la estimación de las cifras sino también en la propia designación de los bienes de capital necesarios para la oferta de servicios turísticos así como en la intensidad del uso de los mismos por los visitantes. Por poner un ejemplo, una carretera que asciende a una estación de esquí muriendo allí sin conectar poblaciones, podría considerar-

se infraestructura turística, pero una carretera que transcurre por el litoral no sólo será turística, y podría serlo más o menos de acuerdo con las estaciones, más en verano, menos en invierno, suponiendo todo ello una evidente dificultad.

El INE, en su elaboración de las Cuentas Satélites nacionales³⁸, plantea la elaboración de una: "tabla cruzada productos/ ramas de actividad" de ámbito turístico:

Formación Bruta de Capital Fijo turístico de las industrias turísticas y de otras industrias

	RAMAS DE ACTIVIDAD CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO			Otras ramas	Total Economía
	Hoteles y similares	Restaurantes y similares		
A. Activos producidos no financieros					
A.1. Activos fijos tangibles: alojamientos, otras construcciones, maquinaria, etc.					
A.2. Activos fijos intangibles					
B. Mejora de terrenos utilizados para fines turísticos					
TOTAL					

³⁸ INE, La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y Primeras Estimaciones (1996-1999), Madrid, 2002.

Donde (página 63) se desglosarían en un primer bloque las adquisiciones de cada una de las ramas de actividad características, mientras que las del resto, ya sea la realizada por parte de las administraciones públicas ya por el resto de las ramas de actividad, se registrarían en una única columna bajo la denominación "otras ramas". Este esquema, si bien práctico, parece un tanto escueto, pudiendo plantearse la conveniencia de desglosar el referido grupo de otros. En este sentido, parece posible y conveniente realizar un subgrupo con el gasto en capital de carácter público, infraestructuras públicas turísticas, toda vez que las fuentes de información, se tome la decisión que se tome sobre su deslinde, será presupuestaria. En segundo lugar, podría desglosarse también el gasto en inversión turística de la actividad inmobiliaria, actividad que encuadra a los hogares como productores de servicios de consumo propio (viviendas), gasto importante y que también habrá de contar con fuentes de información oportunas y alternativas.

Propone el INE relacionar la formación de capital con la producción turística de las ramas como vía de deslinde en los siguientes términos (página 65 y 66):

"si se tiene una matriz de FBCF por productos y por ramas como sucede en el caso de España, la parte vinculada al turismo podría obtenerse de manera muy sencilla, aplicando a la matriz el mismo porcentaje de la producción turística, esto es, asumiendo que la propor-

ción de la inversión turística sobre el total de la inversión es idéntica a la proporción de la producción turística con respecto al total de la producción. En definitiva, ya que no existe una solución óptima, se propone una alternativa muy pragmática: y sencilla basada en el resto de los cálculos efectuados en la CST. El punto débil de este procedimiento desde un punto de vista conceptual no es otro que la eventual falta de relación entre el gasto en FBCF y la relevancia del turismo en un periodo específico. No obstante, no hay ninguna otra posible solución y esta pragmática propuesta podría ser tomada inicialmente para confeccionar la CST".

Pero si bien este procedimiento cuenta con la apreciable ventaja de proporcionar resultados y aún aceptando una fuerte correlación entre gasto en inversión y PIB en un país o región, también parece cierto que la correlación entre estas magnitudes será necesariamente muy inferior cuando se descienda a ramas determinadas. El problema no es pues sólo conceptual sino también fáctico, y es por ello que el procedimiento plantea serias dudas, dudas que el propio INE reconoce y señala.

En cualquiera de los casos, la estimación de la inversión de las ramas características sería ya un notable punto de partida, estimación que habrá de realizarse, como se ha indicado, mediante fuentes directas o mediante otras fuentes como el Registro Mercantil.

Consumo colectivo

El antes denominado consumo público ha sido modificado sensiblemente en la última versión del SEC. El objetivo fundamental de la reforma ha sido dividir esta magnitud para distinguir entre el consumo de servicios públicos que se adquieren de manera individual: *consumo individual* (sanidad, educación...), de aquel que sólo pueden disfrutarse de manera conjunta y simultánea: consumo colectivo (defensa nacional, legislación y ordenamiento jurídico...). De esta manera, se facilita la comparación internacional entre los distintos tipos o grados de "estados del bienestar".

Señala el SEC (3, 85) de manera expresa cuáles son los servicios individuales y colectivos:

Por convenio, todos los gastos en consumo final que las administraciones públicas realizan en cada uno de los siguientes epígrafes deberán considerarse gastos en servicios individuales de consumo, salvo los gastos en administración general, ordenamiento, investigación, etc. de cada categoría:

- 04 Enseñanza
- 05 Sanidad
- 06 Seguridad social y asistencia social
- 08.01 Servicios deportivos y recreativos
- 08.02 Servicios culturales

Además, el gasto de los siguientes subepígrafes deberá con-

siderarse también como individual cuando sea importante:

- 07.11 (parte) el suministro de alojamiento
- 07.31 (parte) la recogida de basura de los hogares
- 12.12 (parte) la explotación de los sistemas de transporte.

El gasto en consumo colectivo de las administraciones públicas se corresponde con sus restantes gastos en consumo final. En particular, consta de:

- administración y ordenamiento de la sociedad
- seguridad y defensa
- mantenimiento de la ley y el orden, legislación y ordenamiento jurídico
- mantenimiento de la sanidad pública
- protección del medio ambiente
- investigación y desarrollo
- infraestructura y desarrollo económico

En lo que concierne al consumo individual también denominado transferencias en especie a los hogares, habrá que realizar una estimación de los gastos de sanidad y servicios deportivos, recreativos y culturales de los que puedan disfrutar los visitantes, pareciendo menos importantes los de enseñanza y seguridad social. Por su parte, la estimación de los servicios culturales y recreativos exige de procedimientos no muy distintos a los de los servicios públicos ya

que, aún cuando se paguen entradas o billetes para acceder a estos servicios (museos, teatros...), éstos no suelen distinguir en el precio entre residentes y visitantes.

La información presupuestaria disponible de las administraciones públicas no permite estimar de manera inmediata el consumo colectivo atribuible al turismo. En efecto, aún disponiendo del presupuesto "funcional" que contiene una clasificación en programas, más adecuada a estos efectos que la clasificación económica, estos programas son excesivamente genéricos para poder atribuirlos sin más a la actividad turística³⁹. Por otra parte, la referencia metodológica de la CST recoge las diversas funciones asociadas al turismo que pueden realizar las AAPP:

- Promoción turística.
- Coordinación y planificación general relativa a los asuntos del turismo.

³⁹ Las partidas incluidas en los Presupuestos se clasifican atendiendo a tres ópticas diferentes (orgánica, funcional y económica) que se articulan dando lugar a las aplicaciones presupuestarias. Concretamente, la distinción de créditos presupuestarios se establece en función de:

- las unidades orgánicas o centros gestores del gasto (clasificación orgánica).
- las metas u objetivos que se pretenden alcanzar con los recursos asignados (clasificación funcional o por Programas). En esta segunda opción se puede trabajar con "grupos de funciones", "funciones", "subfunciones", "programas" y "subprogramas" de acuerdo con el nivel de detalle que se desee alcanzar. Los niveles grupo de función y función tienen carácter cerrado y obligatorio.
- la naturaleza económica de los gastos a realizar (clasificación económica). Esta clasificación se estructura en cinco niveles sucesivos que van descendiendo en detalle; dos tienen carácter cerrado y obligatorio: "capítulos" y "artículos", pudiendo ampliarse a los tres restantes, "conceptos", "subconceptos" y "partidas".

- Elaboración de las estadísticas y de información básica del turismo.
- Administración de las oficinas de información.
- Control y regulación de los establecimientos en contacto con los visitantes.
- Control específico de los visitantes residentes y no residentes.
- Servicios de protección civil relativa a la protección de los visitantes.
- Otros Servicios.

Recogidas todas estas funciones -presupuestarias y de las CST- parece claro que la labor de estimación del consumo colectivo de las Administraciones Públicas podría, al menos, iniciarse con las siguientes tareas:

- Una investigación en los presupuestos de todas las administraciones: estado, comunidades autónomas y entidades locales -diputaciones, municipios... - para determinar de manera más adecuada los programas que podrían atribuirse total o parcialmente al turismo.

CSTA 2000

- Una clasificación de los municipios de la región en función de los flujos de visitantes que reciban. Este escalafón o graduación sería útil, a continuación, para atribuir una parte proporcional del consumo público de las diferentes administraciones que se haya considerado turístico.

Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000

06: siglas

Índice de siglas

- AAPP:** Administraciones públicas.
AENA: Aeropuertos españoles y navegación aérea.
BM: Banco Mundial.
CCP: Clasificación Central de Productos.
CENTRA: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
CIIU: Clasificación Internacional Industrial Uniforme de Actividades Económicas.
CIUAT: Clasificación Internacional Industrial Uniforme de las actividades Turísticas.
CNAE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas.
CST: Cuenta Satélite del Turismo.
CSTA: Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía.
CSTA 2000: Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2000
CSTE: Cuenta Satélite del Turismo de España.
ECTA: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.
EST: Encuesta de Seguimiento Turístico.
EUROSTAT: Oficina Estadística de la Comunidad Europea.
FAMILITUR: Movimiento turístico de los españoles.
FBCF: Formación Bruta de Capital Fijo.
FMI: Fondo Monetario Internacional.
FRONTUR: Movimiento turístico en fronteras.
IAE: Impuesto de Actividades Económicas.
IBI: Impuesto sobre Bienes Inmuebles.
IEA: Instituto de Estadística de Andalucía.
IET: Instituto de Estudios Turísticos.
INE: Instituto Nacional de Estadística.
IO: Input-Output
ISFLSH: Instituciones Sin Fines de Lucro al Servicio de los Hogares

CSTA 2000

IVA: Impuesto sobre el Valor Añadido.
OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.
OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development.
OMT: Organización Mundial del Turismo.
ONU: Organización de las Naciones Unidas.
PET: Productos Específicos del Turismo.
PIB: Producto Interior Bruto.
RAT: Registro del Turismo de Andalucía.
RENFE: Red Nacional de Ferrocarriles Españoles.
SAETA: Sistemas de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía.
SCN: Sistemas de Cuentas Nacionales.
SEC: Sistema Europeo de Cuentas.
SNA: System of National Account
TIOA: Tabla Input-Output de Andalucía
TIOs: Tablas Input-Output
TSA: Tourism Satellite Account
VAB: Valor añadido Bruto.
WTO: World Tourism Organization



Cuenta Satélite
del Turismo de Andalucía
CSTA 2000

07: tablas

