

Andalucía

Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía 2010

Economía del turismo en Andalucía



CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE ANDALUCÍA 2010

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN:
Economía del turismo en Andalucía.

EDITA
Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

ELABORA
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica puntual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ANDALUCÍA 2010

OBJETIVOS DE LAS CSTA2010

El objetivo principal de esta Cuenta es la medición del gasto turístico –demanda- de residentes y de no residentes en un territorio y la identificación y valoración de la producción de las ramas que proveen los bienes y servicios requeridos –oferta-. Otros de los objetivos son la posibilidad de permitir la comparación interterritorial de los resultados y la aportación de desgloses, detalles que permiten estudiar mejor el peso de la actividad turística.

Una CST proporciona:

- 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.

La Cuenta se corresponde 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.

METODOLOGÍA

CARACTERÍSTICAS GENERALES

La CST debe ser consistente con los Sistemas de Cuentas Nacionales o Regionales, según los casos, y esto supone, a su vez, partir de dos premisas:

1. Unas **cifras globales** ya elaboradas y publicadas, las de la Contabilidad Nacional o Regional.
2. 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.

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. La CSTA2010 ha 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 y Cartografía 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 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. La Encuesta de Coyuntura Turística se ha adaptado a las necesidades de la CST, en el año 2010 se llevan a cabo una serie de transformaciones en el cuestionario necesarias para un recogida más detallada del gasto turístico, tal y como se exige en la metodología CST.

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.

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 2010. En este sentido la Consejería de Turismo y Deporte ha colaborado estrechamente con el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía en la elaboración del MIOAN asumiendo las estimaciones de las ramas características del turismo. Para ello se ha realizado tanto el trabajo de encuestación, depuración y tratamiento de la información como de estimación de las macromagnitudes de las actividades clasificadas como turísticas.

ALGUNAS DEFINICIONES Y CONVENCIONES BÁSICAS

TURISTA Y DEMANDA TURÍSTICA

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 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.

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.

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.

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 17 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 resultados¹.

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. 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.

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

¹ 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.

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 especie²” de las Administraciones a los hogares, y su adición al tradicional consumo privado pasa a denominarse consumo final “efectivo” de los hogares.

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.

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	Fuera territorio		TOTAL
	Territorio económico	económico	
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 región³.

² 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.

³ 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 positivado de sus fotos, el gasto será de nuevo de carácter interno.

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, 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.

En la tabla de demanda se recoge esta partida de gasto, es decir el correspondiente a hoteles y transporte por motivos de trabajo y que en el Sistema Europeo de Cuentas se considera como consumo intermedio, en la columna “otros componentes del consumo visitante”.

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”*⁴.

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 adquiera experiencia en la elaboración de CSTs. Conceptualmente, el

⁴ En el caso de las CSTAN2000 no se han tomado en consideración ningún bien o servicio conexo.

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”*.

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* (CIIUAT), diseñada conjuntamente por la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas y la OMT.

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. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros
9. Agencias de viajes y similares
10. Servicios culturales
11. Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo

En la CSTA2010 desaparece la actividad “Anexas del transporte” debido a que la nueva metodología de CST, “CST: RMC 2008” no la especifica como turística, por lo que ésta pasa a formar parte del resto de servicios. En la CSTA2000 si aparecía ésta de manera explícita.

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 turismo⁵.

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

⁵ 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.

	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 CSTA2010 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 cuantía⁶. 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 “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.

⁶ El cálculo se ha realizado con información procedente de la encuesta FAMILITUR (Movimiento Turístico de los Españoles) elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos.

PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN VINCULADAS A LAS CSTA2010

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 y Cartografía de Andalucía (IECA). Debido a que ésta no ofrece datos sobre los flujos de excursionismo, se pone en marcha por parte de la Consejería de Turismo y Deporte una encuesta referida a esta tipología turística.

En cuanto a la **oferta**, la Consejería de Turismo y Deporte, a través de un convenio de colaboración con el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, ha realizado la estimación de las ramas turísticas, estimación que posteriormente se integra en el **Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía**.

En la tabla siguiente se realiza una descripción de todas las fuentes utilizadas en el desarrollo de la CSTA 2010:

<i>CST</i>	<i>Fuentes de información</i>	<i>Organismo</i>
Demanda	ECTA EST Encuesta excursionistas Memoria AENA Anuario de Puertos del Estado Encuesta de Ocupación Hotelera Encuesta de Presupuestos Familiares Movimiento turístico en fronteras (FRONTUR) Movimiento Turístico de los residentes (FAMILITUR) Parque de Vehículos de Andalucía	IECA Consejería de Turismo y Deporte Consejería de Turismo y Deporte AENA Ministerio de Fomento INE INE IET IET IECA
Oferta	Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía 2010 RAT Estadísticas de Movimientos Aeroportuarios Módulo de servicios de agencias de viajes y touroperadores	IECA Consejería de Turismo y Deporte AENA 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 y Cartografía de Andalucía (IECA) en colaboración con la Consejería de Turismo 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 características 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 17 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 excursionistas⁷ 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.

⁷ Para la estimación de los excursionistas se realiza, por parte de la Consejería de Turismo y Deporte, una encuesta continua a la demanda, cuya metodología se desarrollará más adelante.

- 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.

ENCUESTA AL EXCURSIONISMO EN ANDALUCÍA

Los excursionistas constituyen una parte de la demanda turística en tanto que 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. La dificultad 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. Sin embargo, para la elaboración de una CST es necesario conocer esta parte de la demanda turística.

La necesidad de valorar esta parte de movimientos turísticos se pone en marcha por parte de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía mediante una operación estadística encaminada a obtener las estimaciones exigidas por la metodología de la CST.

Esta operación consta de una encuesta realizada a 500 hogares de la Comunidad andaluza, que tiene como finalidad conocer las excursiones de los residentes en Andalucía.

Esta operación ha permitido poder realizar estimaciones sobre los flujos de excursiones, a la vez que valorar el gasto y su distribución. Se trata de una operación continua con representatividad anual. También aporta información sobre el perfil sociodemográfico, motivo del desplazamiento, transporte, organización del viaje, uso de internet y conocimiento del destino.

Esta operación ha ido sufriendo cambios metodológicos a lo largo de los años que han sido consecuencia de las propias dificultades de dicha operación, es por ello que la cifra de excursionismo se ha ido ajustando a lo largo de este tiempo.

SISTEMA DE CUENTAS ECONÓMICAS DE ANDALUCÍA

El Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía es una actividad estadística realizada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) 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, 2000, 2005, 2008 y 2010, 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.

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-2010), lo que facilita la comparación entre distintos territorios económicos.

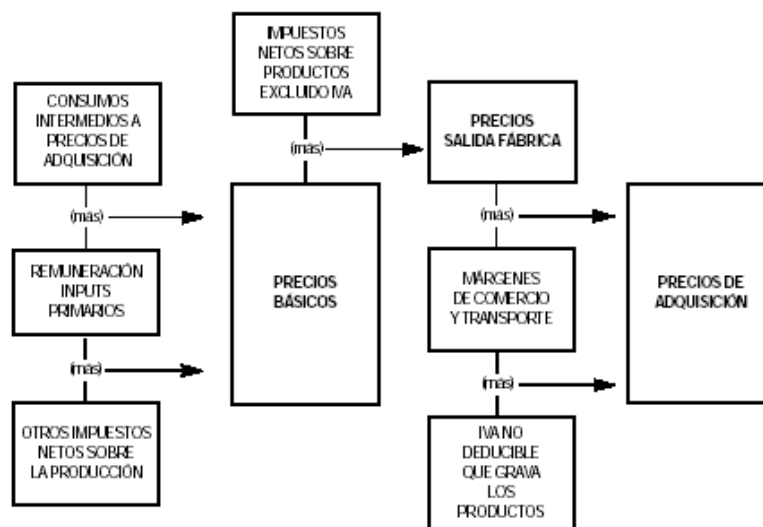
El actual marco central de referencia para las estadísticas económicas y sociales de la Unión Europea, el SEC-2010, contempla el Marco Input – Output en tres tablas:

- 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 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. El SEC contempla básicamente dos tipos de valoraciones, los precios básicos y los 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.

CRITERIOS DE VALORACIÓN



El Sistema de Cuentas de Andalucía se elabora por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, si bien para el correspondiente a 2010, la colaboración de la Consejería de Turismo y Deporte ha sido fundamental en su desarrollo, ya que las cifras de las ramas consideradas turísticas se han realizado en la Consejería.

El proceso de elaboración de la cuenta de producción, cuyos resultados son transferidos al Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía para el Sistema de Cuentas Económicas de la Comunidad consta de las siguientes partes:

1. Identificación de las unidades económicas que producen para la economía regional en el sector turístico, para la creación de un directorio de empresas turísticas.

A través de la creación de un directorio se obtiene información sobre la ubicación de las unidades de producción, la actividad principal y puestos de trabajos.

Por ello la utilización de un directorio de empresa proporciona una aproximación del universo de la población objeto de estudio.

2. Recogida de información a través de la encuestación directa a establecimientos de las distintas actividades del sector turístico. La muestra de los establecimientos se elabora teniendo en cuenta el método de trabajo establecido para el estudio de la estructura de costes de cada actividad. Desde el punto de vista de la distribución de la misma por el tamaño se opta por una subpoblación cualificada es decir por dar preferencia a unidades de mayor tamaño en cada una de las actividades.
3. Tras la depuración y validación de la encuesta, los cuestionarios se clasifican en función de las distintas actividades y se estratifica la muestra de cada una de ellas en función de los puestos de trabajo. Una vez estudiado y analizado cada estrato se procede a la elevación de los mismos en función de su elevador correspondiente.

Los datos elevados son transferidos al Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía para su inclusión en el Sistema de Cuentas Económicas.

MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LAS CSTA2010

TRANSPORTES

Las cifras que mueve el turismo se concentran sobremanera en tres o cuatro grandes gastos: alojamiento, restauración, transporte y compras y, por tanto, el transporte es un componente esencial en el resultado final, en la magnitudes turísticas de un estado o región.

El gasto en transporte de pasajeros es 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.

Al ser satélite y estar enmarcados en el Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía se deben seguir los mismo criterios de estimación. El criterio general, para el Instituto de Estadística y Cartografía de

Andalucía “consiste en la imputación a la economía regional del valor de los servicios de transporte realizados por unidades residentes, independientemente de que el servicio discorra total o parcialmente dentro del territorio de la Comunidad.” En el transporte aéreo se consideraron como unidades residentes las líneas cuyos aviones tienen como base aeropuertos de la Comunidad. Se ha utilizado, tal y como se expone en la metodología del Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía 2010, “un enfoque pseudoascendente basado en la renta que ha hecho necesario calcular por separado la remuneración de asalariados y el excedente bruto de explotación, asignando la remuneración a la región donde se remunera a los asalariados y el excedente en función de indicadores relativos a la actividad de las rutas aéreas. Esta es la metodología utilizada por Eurostat en su manual de Métodos de Contabilidad Regional.” En el caso del transporte marítimo se consideran unidades residentes los barcos que tienen puerto base en territorio andaluz.

La distribución por procedencias se ha llevado a cabo a través de la información proporcionada por la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía y la información disponible por parte de la oferta de las principales empresas de transporte de ferrocarril y aérea, RENFE y AENA.

ANEXOS A LOS TRANSPORTES

La CSTA 2010 incluye los anexos al transporte en la rúbrica otros servicios. En la Metodología de CST: Recomendaciones Metodológicas de 2008, no aparece esta actividad ni como rama de actividad ni como producto específico, por lo que debido a la dificultad de estimación de la misma se ha decidido seguir las Recomendaciones de 2008 y no incluirla como tal en las tablas.

ALQUILER DE BIENES DE EQUIPO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS

El alquiler de vehículos y embarcaciones se recoge en la CNAE 771: *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 realizadas para la elaboración del Marco In-Output de Andalucía de 2010, sino que se incluyen en “Otros servicios”.

AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES

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.

En cuanto a esta actividad se han incluido en el cuestionario una serie de ítems que junto a la Encuesta de Servicios del INE ha permitido mejorar las estimaciones realizadas en 2005. En el Marco Input-Output se incluye, en esta actividad, el margen y las comisiones de aquellos productos vendidos de forma individual y el margen de aquellos paquetes vendidos pero realizados por otras empresas y el total de las ventas de los paquetes turísticos comercializados y creados por los turoperadores. Pues bien en la Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía aparece sólo y exclusivamente el margen, incluido el correspondiente a los turoperadores, para el que se han redistribuido los productos que componen el paquete, asignado sólo dicho margen a la actividad de agencias de viajes. Debido a esta mayor precisión en las estimaciones se observa una diferencia considerable con respecto a las cifras de 2005, las cuales se han recalculado, lo que afecta a la cifra total de consumo turístico y cuya serie se proporciona junto con el conjunto de tablas.

SERVICIOS CULTURALES Y SERVICIOS DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y OTRAS ACTIVIDADES DE RECREO

Las actividades encuadradas en la CNAE 2009 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 efectúa extensiones o ampliaciones a la Encuesta de Coyuntura Turística con las Encuestas de Seguimiento Turístico que se realizan de forma puntual y que coinciden con períodos de especial afluencia turística, lo que ha permitido de manera adecuada distinguir entre la adquisición de servicios culturales por una parte y los servicios recreativos por otra⁸.

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 visitante⁹.

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

⁸ 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.

⁹ CST: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual. Capítulo 4, apartado A.4

columna se presenta de una 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 turoperadores 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, así era en la CST 2000. La correspondiente a 2010 se presenta siguiendo las recomendaciones metodológicas de 2008 en las que no se especifica el desglose de los consumos intermedios.

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 completar, 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.