

# **CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO** ANDALUCÍA 2005

---

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ANDALUCÍA 2005	3
OBJETIVOS DE LAS CSTA2005	3
METODOLOGÍA	4
CARACTERÍSTICAS GENERALES	4
ALGUNAS DEFINICIONES Y CONVENCIONES BÁSICAS.	5
<i>TURISTA Y DEMANDA TURÍSTICA.</i>	5
<i>OFERTA</i>	8
<i>CUENTAS</i>	10
PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN VINCULADAS A LAS CSTA2005	12
<i>ENCUESTA DE COYUNTURA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA (ECTA)</i>	14
<i>ENCUESTA AL EXCURSIONISMO EN ANDALUCÍA</i>	16
<i>SISTEMA DE CUENTAS ECONÓMICAS DE ANDALUCÍA</i>	17
MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LAS CSTA2005	19
<i>TRANSPORTES</i>	19
<i>ANEXOS A LOS TRANSPORTES</i>	20
<i>ALQUILER DE BIENES DE EQUIPO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS</i>	20
<i>AGENCIAS DE VIAJES Y SIMILARES</i>	20
<i>SERVICIOS CULTURALES Y SERVICIOS DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y OTRAS ACTIVIDADES DE RECREO</i>	21
TABLAS DE RESULTADOS	21
ANEXO. OTROS ASPECTOS METODOLÓGICOS.	24
FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL.	24
CONSUMO COLECTIVO.	28

## **CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ANDALUCÍA 2005<sup>1</sup>**

### ***Objetivos de las CSTA2005***

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.

---

<sup>1</sup> 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.

## 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 CSTA2005 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 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. La Encuesta de Coyuntura Turística se ha adaptado a las necesidades de la CST, en el año 2005 se llevan acabo 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 2005. En este sentido la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha colaborado estrechamente con el Instituto de Estadística 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 *demand 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 resultados<sup>2</sup>.

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.

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 especie<sup>3</sup>” 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.

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

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			
Residencia del viajero	Territorio donde se realiza el gasto		
	Territorio económico	Fuera territorio económico	TOTAL
Residentes en el territorio económico	<b>Turismo interno</b>	<b>Turismo emisor</b>	<b>Turismo nacional</b>
No residentes	<b>Turismo receptor</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>Turismo interior</b>		

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 región<sup>4</sup>.

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

<sup>4</sup> 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.

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”*<sup>5</sup>.

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 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*

---

<sup>5</sup> En el caso de las CSTAN2000 no se han tomado en consideración ningún bien o servicio conexo.



*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 (CIUAT)*, 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 CSTA2005 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 turismo<sup>6</sup>.

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
--------------	-----------

<sup>6</sup> 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.

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 CSTA2005 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 cuantía<sup>7</sup>. 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.

#### **Principales fuentes de información vinculadas a las CSTA2005**

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 ofrece datos sobre los flujos de excursionismo, se pone en marcha por parte de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte una encuesta referida a esta tipología turística.

En cuanto a la **oferta**, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a través de un convenio de colaboración con el Instituto de Estadística 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 2005:

---

<sup>7</sup> El cálculo se ha realizado con información procedente de la encuesta FAMILITUR (Movimiento Turístico de los Españoles) elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos.

<i>CST</i>	<i>Fuentes de información</i>	<i>Organismo</i>
Demanda	ECTA	IEA
	EST	Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
	Encuesta excursionistas	Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
	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
Oferta	Movimiento Turístico de los residentes (FAMILITUR)	IET
	Parque de Vehículos de Andalucía	IEA
	Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía 2005	IEA
	RAT	Consejería de Comercio, Turismo 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 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 excursionistas<sup>8</sup> 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.

---

<sup>8</sup> Para la estimación de los excursionistas se realiza, por parte de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, una encuesta continua a la demanda, cuya metodología se desarrollará más adelante.

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 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. 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, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía una operación estadística encaminada a obtener las estimaciones exigidas por la metodología de la CST.

Esta operación consta de dos parte diferenciadas:



1.- Encuesta dirigida a la detección del movimiento excursionista en Andalucía de los residentes en el resto de España y en el extranjero. Consiste en una entrevista en destino a los excursionistas que cumplen esta condición, para lo que se han establecido una serie de puntos testigos por todo el territorio andaluz.

2.- Encuesta realizada a 400 hogares de la Comunidad andaluza, que tiene como finalidad conocer las excursiones de los residentes en Andalucía.

Estas dos operaciones han permitido poder realizar estimaciones sobre los flujos de excursiones, a la vez que valorar el gasto y su distribución. Se trata de operaciones continuas con representatividad anual. También aportan información sobre el perfil sociodemográfico, motivo del desplazamiento, transporte, organización del viaje, uso de internet y conocimiento del destino.

#### *Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía<sup>9</sup>*

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, 2000 y 2005, 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-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.

---

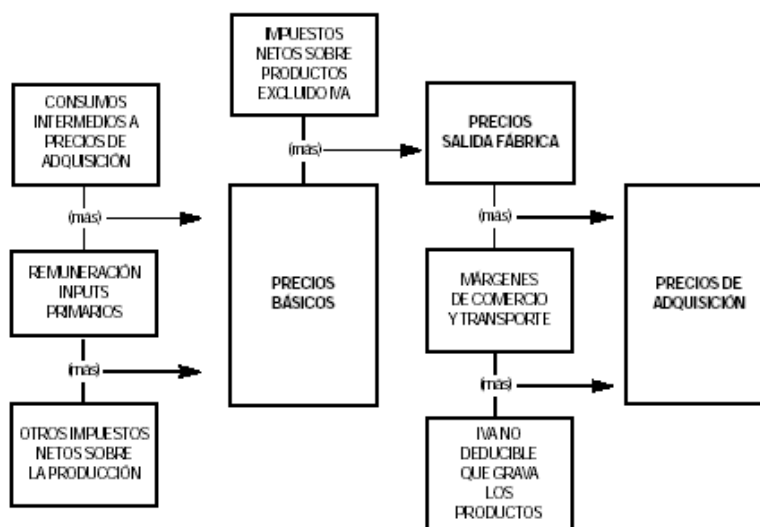
<sup>9</sup> Para una descripción más detallada del marco input – output remitirse al capítulo 9 del SEC-95.

- 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.

#### Criterios de valoración



El Sistema de Cuantías de Andalucía se elabora por el Instituto de Estadística de Andalucía, si bien para el correspondiente a 2005, la colaboración de la Consejería de Turismo, Comercio 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 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 de Andalucía para su inclusión en el Sistema de Cuentas Económicas.

### **Métodos de estimación de las CSTA2005**

#### *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 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.”* Para 2005 el Instituto de estadística de Andalucía ha estimado el transporte aéreo de diferente forma a como lo hizo en 2000. En este último se consideraron como unidades residentes las líneas cuyos aviones tienen como base aeropuertos de la Comunidad. En 2005 se ha utilizado, tal y como se expone en la metodología del Sistema de Cuentas Económicas de Andalucía 2005, *“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 2005 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 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 2005.

#### *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.

#### *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 otra<sup>10</sup>.

#### **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 visitante<sup>11</sup>.

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

---

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> CST: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual. Capítulo 4, apartado A.4

última 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 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, así era en la CST 2000. La correspondiente a 2005 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.

### **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 construcciones 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 encuestación, 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 considerarse 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 nacionales<sup>12</sup>, plantea la elaboración de una: *“tabla cruzada productos/ ramas de actividad”* de ámbito turístico:

---

<sup>12</sup> INE, La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y Primeras Estimaciones (1996-1999), Madrid, 2002.

<b>Formación Bruta de Capital Fijo turística de las industrias turísticas y de otras industrias</b>					
	<b>RAMAS DE ACTIVIDAD CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO</b>				
	Hoteles y similares	Restaurantes y similares	.....	Otras ramas	Total Economía
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					
<b>TOTAL</b>					

Donde 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 proporción 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 considerarse 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 turística<sup>13</sup>. 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
- 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.
- 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.

---

<sup>13</sup> 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".