

# **Una nota sobre los elementos de oferta en una Cuenta Satélite del Turismo**

**Agustín Cañada Martínez**

**Subdirección General de Cuentas Nacionales  
Instituto Nacional de Estadística**

---

## 1. Introducción

El hecho de que el turismo sea por definición un fenómeno económico que surge de una perspectiva de demanda, ha llevado a un predominio de las metodologías de Cuenta Satélite del Turismo (CST) basadas en dicha perspectiva, en detrimento de los otros ámbitos contables: Concretamente, este trabajo se centra en los aspectos de oferta de una CST, mostrando su papel en la arquitectura contable de la CST y en la obtención de algunos agregados macro-económicos del turismo.

El documento se estructura en dos apartados básicos: en el apartado 2 se indican las variables y elementos que definen la oferta en una CST; en el apartado 3 se comentan los principales tipos de fuentes y métodos necesarios para la estimación de los elementos de oferta. El trabajo se completa con una reflexión final a modo de resumen y conclusiones.

---

## 2. La perspectiva de oferta en una CST.

---

### 2.1. ÁMBITOS DE OFERTA Y DEMANDA EN UNA CST.

Previo a la descripción de los elementos concretos de oferta, es necesario ubicar el enfoque dentro del marco global de una CST, estableciendo las relaciones demanda/oferta. El esquema 1, que parte del incluido en la propia CSTRM, trata de ilustrar precisamente las interrelaciones entre los dos ámbitos económicos.

- 1) En principio, y de acuerdo con la definición de “turismo”, el enfoque de partida en una CST es la **perspectiva de demanda** ya que se origina cuando se realizan gastos vinculados a los viajes que entran dentro del ámbito del turismo.
- 2) Aunque el turismo puede implicar el realizar gastos en cualquier categoría de productos disponible, para facilitar las comparaciones internacionales y también para poder construir el sistema contable, las metodologías de turismo proponen resaltar aquellas categorías de productos que suelen ser más importantes en los desplazamientos de los individuos: fundamentalmente se incluyen servicios como el transporte, alojamiento, servicios de agencias de viaje...Son los denominados **productos característicos** del turismo. El detalle según la CSTRM se recoge en el anexo 1.
- 3) Una vez que se cuenta con el listado de productos característicos es factible entonces definir unas ramas de actividad (**industrias** en el lenguaje del Sistema de Cuentas nacionales de 1993 - SCN93 -) o si se quiere un conjunto de unidades de producción que se denominarán **características** del turismo y que serán aquellas precisamente especializadas en la producción de los productos característicos (hoteles, establecimientos de comidas y bares, agencias de viaje...). Estas actividades según la recomendación de la CSTRM aparecen recogidas en el anexo 1.

Como puede observarse en el esquema 1, las industrias características pueden realizar, junto a la actividad principal, una actividad secundaria, elaborando productos diferentes a los turísticos. Pero también el resto de industrias del sistema económico, pueden producir, como actividad secundaria, productos característicos del turismo.

## Esquema 1: Enfoque del análisis de la oferta turística<sup>1</sup> y de la demanda turística

**1. El punto de partida: El turismo como un fenómeno de demanda: la realización de viajes “turísticos” implica que los agentes económicos adquieran bienes y servicios**

<i><b>Enfoque de análisis de la demanda turística</b></i>
---

**2. Dentro de los bienes y servicios adquiridos se resaltan los “característicos” o más relevantes del turismo: alojamiento, transporte, agencias de viaje...**

Característicos del turismo	<i><b>Enfoque de análisis de la demanda turística</b></i>
Otros productos	

**3. La definición de productos característicos permite definir las ramas de actividad o industrias (agregación de establecimientos con un mismo tipo de especialización productiva) “características” y da lugar al enfoque de “oferta” de la CST**

Ramas de actividad (Industrias) características del turismo		Otras ramas de actividad (industrias)	
Producción principal: Productos característicos	Producción secundaria: Otros productos	Producción principal: Otros productos	Producción secundaria: Productos característicos
<i><b>Enfoque de análisis de la oferta turística: se trata de reflejar las variables económicas básicas (producción, costes, empleo...) de las industrias características</b></i>			

**4. Interrelación de los dos enfoques**

R. Actividad características del turismo		Otras R. Actividad		
Producción principal: Productos característicos	Producción secundaria: Otros productos	Producción principal: Otros productos	Producción secundaria: Productos característicos	<i><b>Enfoque de análisis de la demanda turística</b></i>
				Demanda no turística
<i><b>Enfoque de análisis de la oferta turística</b></i>				

<sup>1</sup> Para simplificar se obvian aquí los otros componentes de la oferta: importación; impuestos, etc.

Bajo la perspectiva de la **oferta turística** pues, el análisis se centra en tratar de caracterizar al primer grupo, es decir a las unidades dedicadas a la producción y/o suministro de los productos característicos. Para tal caracterización se utilizan unos sistemas contables que se describen posteriormente.

- 4) Finalmente, el esquema recoge la interrelación de los dos enfoques: el consumo realizado por los visitantes puede abarcar productos tanto característicos como no característicos, que pueden haber sido elaborados tanto por las denominadas industrias características como por las industrias no-características. Por tanto, los dos enfoques tienen ámbitos económicos distintos compartiendo una parcela común, representada por el área doblemente rayada del esquema 1: los productos adquiridos por los visitantes y ofrecidos por las industrias características.

---

## 2.2. CUENTAS Y VARIABLES DE LA OFERTA TURÍSTICA.

Una vez delimitada la "oferta turística" en términos de productos y actividades, se trata de caracterizarla económicamente. Para ello, se debe construir un conjunto de cuentas y variables económicas para las industrias o actividades características. Las cuentas y variables proceden de las metodologías de contabilidad nacional y se pueden reagrupar en tres tipos de elementos recogidos en el esquema 2: Por un lado, las cuentas de producción y explotación, incluyendo un desglose de sus principales partidas. En síntesis, estas cuentas reflejan los valores de la producción así como el tipo de insumos necesarios para desarrollar la actividad:

- Insumos intermedios (materias primas, suministros, aprovisionamientos...)

- Remuneración de los insumos primarios. Entre éstos sobresalen: la remuneración de asalariados, es decir, los gastos del personal empleado en las industrias turísticas; los impuestos sobre la producción, que son aquellos impuestos que recaen sobre la actividad las subvenciones a la producción. En lo referente al Excedente de explotación (o renta mixta en el caso de las unidades productoras del sector hogares) constituye una aproximación contable a la remuneración a la propiedad de la empresa. Es, en sentido estricto un saldo (producción menos gastos corrientes).

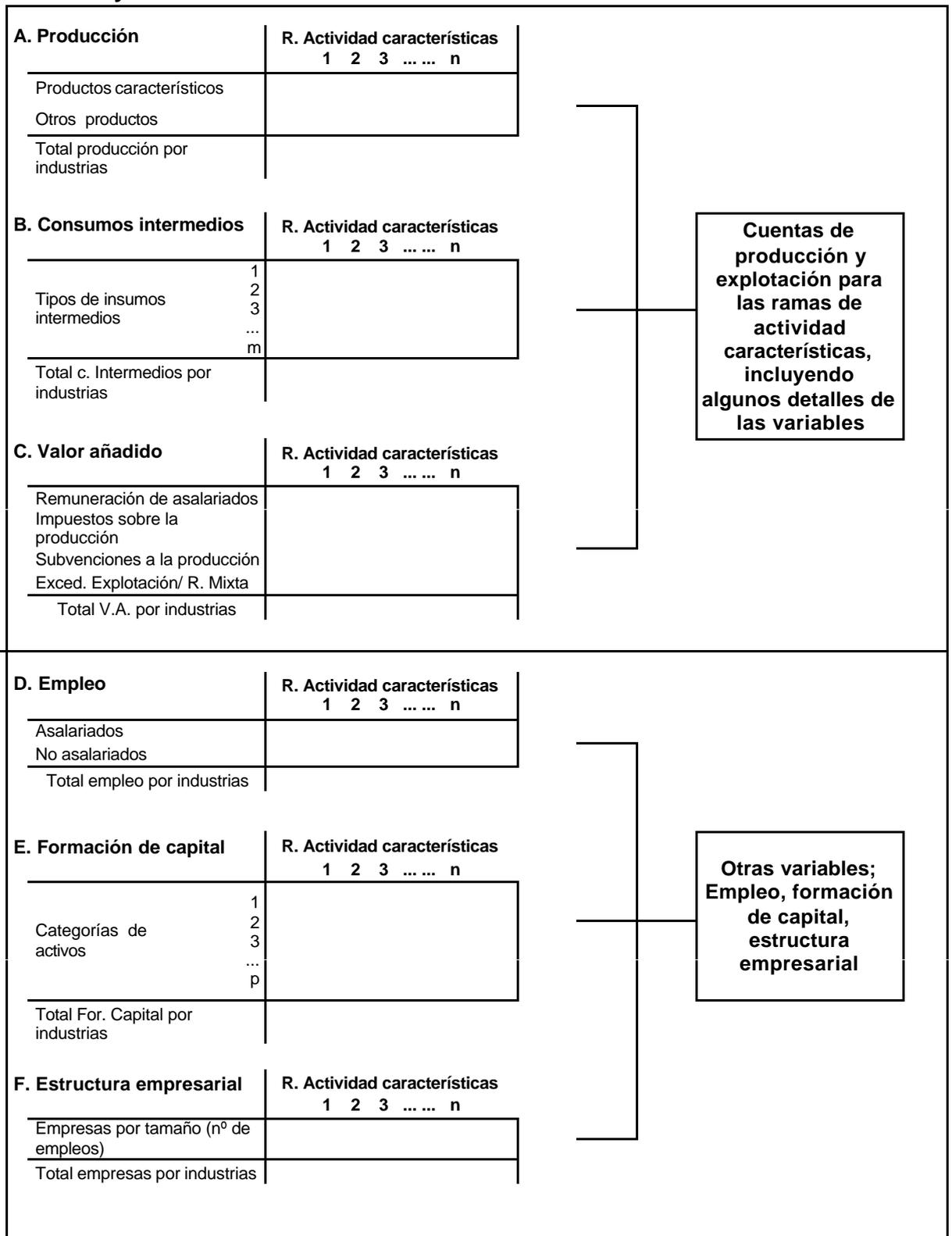
En un segundo grupo, y junto a estas variables básicas, se encuentran otras dos que pertenecen al ámbito de la contabilidad nacional, también imprescindibles para caracterizar las actividades económicas, en este caso las características del turismo:

- *Formación bruta de capital*. Esta es una variable de la Cuenta de capital, que equivale a los gastos de inversión productiva realizados por las empresas o establecimientos.

- *Empleo del factor trabajo*. Puede decirse que es la única variable no monetaria que por naturaleza debe incluirse en cualquier análisis económico. En el caso de la CST, es innegable el interés por esta variable dado el carácter intensivo en trabajo de las industrias turísticas.

Un tercer grupo corresponde a variables que, sin estar integradas en el núcleo de la contabilidad nacional, se incluyen en la CST porque proporcionan información sobre aspectos esenciales de la actividad económica: datos sobre la estructura empresarial de las diferentes actividades, incluyendo número de empresas, tamaño, etc tamaño empresarial, condición jurídica de las empresas...

**Esquema 2. Variables de oferta referentes a las ramas de actividad/ industrias de la CST y su vinculación con el sistema de cuentas nacionales**



---

### 2.3. LA OFERTA Y LAS RATIOS TURÍSTICAS.

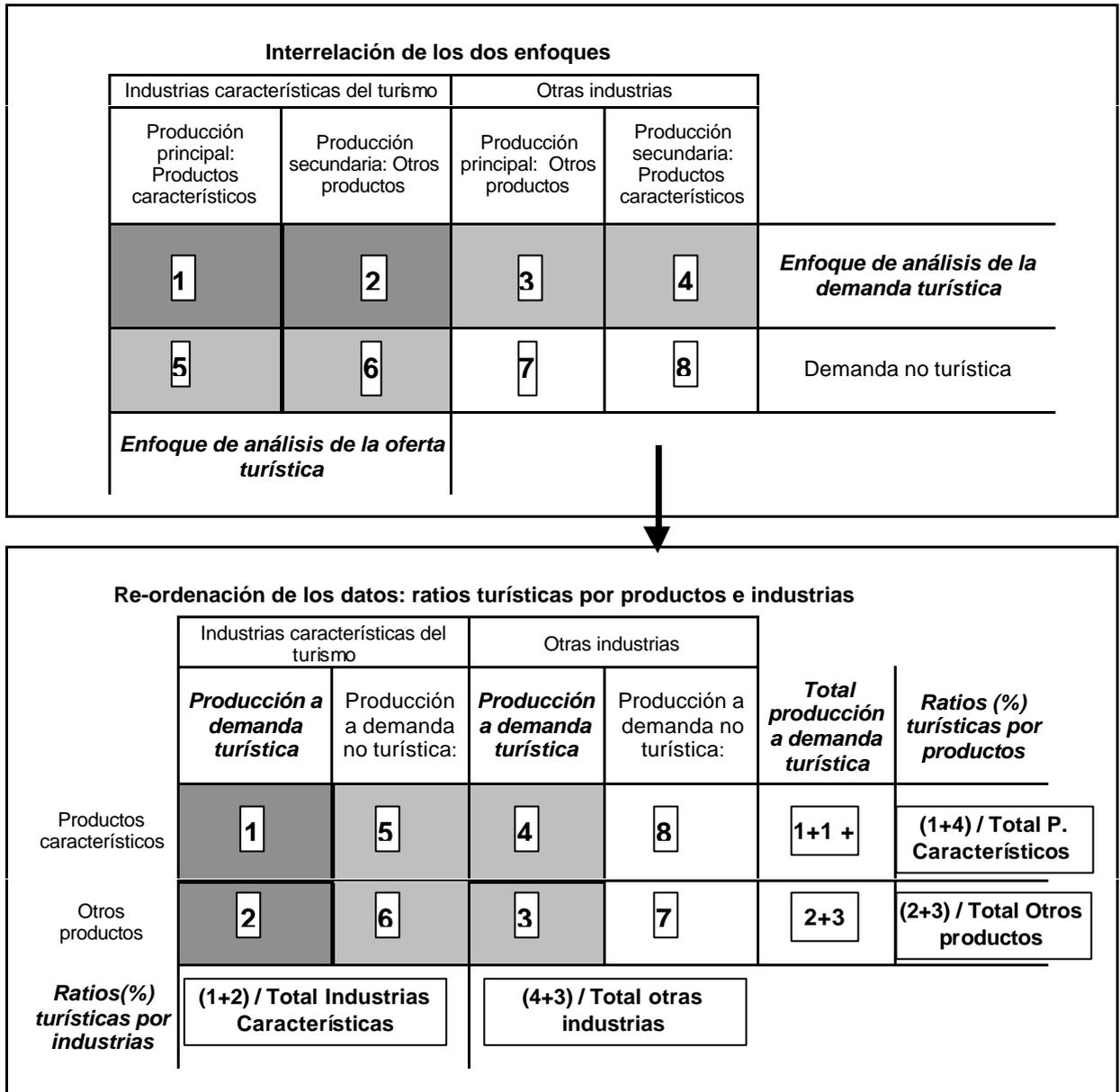
Para completar esta visión general de la oferta en una CST, se puede volver ahora al tema de la interrelación con la demanda, incidiendo en otro tipo de información que es imprescindible para la estimación de la CST.

Con tal fin se ha elaborado el esquema 3, en el que como puede verse, la parte superior reproduce parte del esquema 1, en el que se explicaban gráficamente los dos enfoques del la CST y sus interrelaciones. Desde esa interrelación, se pasa al esquema inferior, simplemente re-ordenando los elementos: por un lado, la diferencia entre productos característicos y otros, se refleja ahora en las filas del esquema; y por otro, la demanda turística se integra en las columnas. De esta manera se pueden obtener unas ratios turísticas desde dos perspectivas:

- Ratios desde una perspectiva de productos: para cada tipo de productos, se puede calcular la parte de los mismos que se destina a una utilización turística.

- Ratios desde una perspectiva de industrias: para cada tipo de industrias, se puede calcular la parte de la producción de las mismas que se destina a una utilización turística. Obsérvese que en el esquema se han incluido sólo las ratios para las industrias características, porque son precisamente aquéllas en las que se quiere poner el énfasis; pero obviamente se pueden calcular las ratios similares para las demás industrias.

**Esquema 3: Reordenando la oferta para obtener las ratios turísticas.**



Esas ratios son un elemento crucial en la estimación de la CST por un lado, porque en sí mismas proporcionan una medida del grado de especialización turística de una economía (ya sea por la oferta de productos, ya sea en la más importante perspectiva de la especialización de las industrias).

Por otro, porque pueden utilizarse como elemento auxiliar en estimaciones de la CST a corto plazo y/o carentes de suficiente base estadística. Por ejemplo, si se cuenta con ratios fiables de un año de referencia e información bien de oferta bien de demanda para el periodo más actual, se pueden obtener mediciones globales del impacto “directo” del turismo, bajo hipótesis de estabilidad de los ratios.

---

## 2.4. TRATAMIENTO DE ALGUNOS PRODUCTOS Y ACTIVIDADES.

Aunque la compatibilidad entre la CST y la contabilidad nacional es, en lo referente a los elementos de oferta, prácticamente total, existen algunos aspectos que diferencian ambos campos.

---

### 2.4.1. Agencias de viaje y paquetes turísticos<sup>1</sup>.

Una de las actividades más representativas del turismo es la de las agencias de viaje. El principio básico a resaltar en este tipo de servicios es que son servicios de intermediación entre los agentes económicos que van a realizar un viaje (familias o empresas) y los oferentes de los productos asociados a dichos viajes (industrias que proporcionan servicios de transporte, alojamiento, etc.). Ese carácter de servicios de intermediación hace que la actividad se remunere usualmente mediante un margen cargado sobre el coste de los servicios.

Pero el proceso de intermediación puede referirse a la adquisición de algún servicio claramente identificado (un billete aéreo o la estancia en un hotel) o bien a un conjunto de servicios que se adquieren conjunta e indisolublemente en una especie de producto "global": es el denominado "paquete turístico" (PT) que contiene una serie de productos que se adquieren simultáneamente sin que el adquirente sea consciente de la distribución de los gastos entre sus componentes.

En las cuentas nacionales (SCN93 o SEC95), el PT aparece como un producto definido e identificado, que es adquirido por los consumidores (intermedios o finales). Los servicios comprendidos en el PT aparecerán incluidos como consumos intermedios de los operadores turísticos.

En cambio, en el tratamiento propuesto en la metodología de Cuenta Satélite del Turismo se propone "descomponer" el PT en sus distintos elementos, diferenciando por un lado lo que son los servicios incluidos, y por otro, el valor del servicio del intermediario (operador turístico) y reflejarlos en el sistema contable como si el consumidor adquiriera cada uno de los productos por separado. El "margen" o producción de los operadores turísticos aparecerá como otro elemento adquirido por los usuarios.

Cabe también mencionar por su implicación metodológica que la actividad de intermediación tiene dos grandes variantes:

- En unos casos, el margen se repercute al adquirente del producto: las agencias adquieren el producto a un precio inferior al que figura en la factura, siendo el margen la diferencia respecto al precio de venta.

- En otros, las agencias de viaje actúan por encargo de las empresas productoras de servicios, que son las que les abonan unas comisiones por distribuir sus productos: el caso más representativo es el de las compañías de transporte, y por su relevancia económica, las de transporte aéreo.

Desde el punto de vista de las mediciones contables, el registro de esos dos tipos de comisiones es muy diferente: En el primer caso aparecerán como un gasto de los usuarios o adquirentes del servicio (consumo intermedio, gasto en consumo final o

---

<sup>1</sup> Conviene señalar que existen también otros servicios vinculados a este grupo de actividades en las clasificaciones internacionales: servicios de guías turísticos; servicios de "promoción y apoyo al turismo" típicamente desarrolladas por agencias vinculadas a las Administraciones Públicas (estatales, regionales y locales) .

exportación); en el segundo, como consumo intermedio de las compañías productoras.

---

#### 2.4.2. Alojamientos turísticos privados.

La utilización con finalidad turística de alojamientos privados<sup>1</sup> constituye uno de los campos más problemáticos de medición en una CST. Para comentar su singularidad es conveniente diferenciar una serie de categorías distintas:

- Que se trate de un alojamiento por el que los visitantes pagan un alquiler (a sus propietarios, que pueden ser empresas u hogares).
- Que se trate de una vivienda "secundaria" (distinta de la vivienda principal) que sus propietarios utilizan en determinadas épocas del año: vacaciones o fin de semana.
- Que se trate de un alojamiento privado por el que no hay un coste explícito para el visitante: viviendas compartidas o cedidas gratuitamente por familiares o amigos.

De estas variantes, la primera no plantea otros problemas que los de medición estadística de la actividad (problemas no despreciables dada la incidencia de transacciones pertenecientes al ámbito de la economía no registrada). Sin embargo, son mucho más relevantes los problemas metodológicos y estadísticos de los otros tipos de alojamiento privado.

Un punto de partida esencial es el tratamiento de las viviendas en propiedad en la contabilidad nacional.

Es un criterio tradicional en la contabilidad nacional considerar dentro de la frontera de la producción como si de otra actividad productiva se tratara, unos servicios ficticios prestados por las viviendas a los propietarios que las ocupan. Las razones han sido expuestas en numerosas ocasiones en las metodologías contables. Si no se realizara esta imputación, entonces se estaría de alguna forma desvirtuando la realidad económica, ya que los propietarios de una vivienda están implícitamente recibiendo una renta equivalente al alquiler real que de otra forma tendrían que soportar. El no valorar esta producción plantearía problemas de comparabilidad internacional de las mediciones contables<sup>2</sup>.

Dejando a un lado los (importantes) problemas estadísticos de medición, el tratamiento contable de esta producción imputada sigue unos criterios definidos:

- En primer lugar, se debe estimar la cuantía de los servicios correspondientes a esta vivienda ocupada por su propietario. Los procedimientos concretos de medición se comentan en el apartado 3 de este trabajo.
- Las personas propietarias de las viviendas en las que habitan se consideran como empresas cuasi-sociedades que producen los servicios de vivienda.
- Esos servicios son consumidos por el propio hogar que los produce y, por tanto, incluidos en el gasto en consumo final de los hogares.

---

<sup>1</sup> Sin entrar aquí en los problemas de delimitación de los alojamientos. Con fines prácticos se puede adoptar aquí la definición de la Comisión europea: "Formas de alojamiento turístico que no se ajustan a la definición de establecimiento, tales como residencias secundarias". Es decir, que no entran en las categorías de alojamientos colectivos especializados tales como hoteles, camping, etc.

<sup>2</sup> "La ratio de viviendas ocupadas por sus propietarios puede variar perceptiblemente entre los países e incluso entre períodos del tiempo dentro de un solo país, de modo que las comparaciones internacionales e ínter temporales de la producción y del consumo de los servicios por los hogares pueden estar distorsionadas si no se hace ninguna imputación al valor de los servicios de alojamiento en viviendas propias". (SCN93. P.6.29).

- Pertenecen a la categoría que se conoce en cuentas nacionales como "producción para uso final propio" y desde la perspectiva del gasto, como "gasto en consumo final propio".

De cara a la CST, este tratamiento afecta a las viviendas secundarias propiedad de los hogares, destinadas a fines turísticos. Además de los problemas generales, se añaden aquí dos adicionales: de un lado, la necesidad de establecer una tasa de utilización de la vivienda con esa finalidad turística; de otro, el caso de las viviendas ocupadas por propietarios no residentes en la economía de referencia.

En relación con estos últimos, por convenio de la contabilidad nacional, el mero hecho de poseer terrenos o edificios en el territorio económico se considera suficiente para que el propietario se considere "residente" (ficticio). Se considera que es como si la unidad transfiriera la propiedad del activo a una "unidad ficticia" que es residente en el país. La unidad ficticia es tratada como si fuera controlada por una unidad no-residente. Por tanto, los alquileres y rentas pagados por tenedores de tierra o edificios se supone que se pagan a la unidad residente ficticia que a su vez, hace una transferencia de una renta de la propiedad al verdadero propietario no-residente.

Todo ello implica los correspondientes problemas de medición estadística.

---

### **3. Necesidades y problemas para la estimación de los elementos de oferta en una CST**

---

#### **3.1. ALGUNOS REQUISITOS MÍNIMOS DE INFORMACIÓN PARA LA ESTIMACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.**

En el cuadro 1 se incluye lo que podrían considerarse detalles mínimo y óptimo que deben cumplir las fuentes de información utilizables en la estimación de la oferta.

En todas las variables se plantean distintos desgloses que permiten una mejor aproximación al fenómeno en estudio, en este caso el turismo. Antes de comentar los rasgos concretos de cada variable, se puede señalar para simplificar la exposición que, tal y como se indica en la columna derecha del cuadro, las variables de la cuenta de producción y explotación, requerirían de un desglose de la "parte" o "proporción turística" de cara a la obtención de los ratios:

- *Producción.* Para poder elaborar todos los elementos que integran la CST, es necesario plantear una estimación de la producción de las ramas características del turismo. Esta variable debe estimarse desagregada por tipos de productos, identificando los productos característicos, ya que ello ayuda en todo el proceso de construcción de la CST como un conjunto interrelacionado.

- *Consumos intermedios.* Aunque para construir la cuenta de producción, es decir, para obtener el VAB de las ramas, es suficiente con tener una medición agregada de los consumos intermedios, la CSTRM plantea además la desagregación de esta variable por tipos de productos, información que es a su vez clave para dos tipos de análisis interrelacionados: por un lado, el identificar los insumos necesarios (las industrias suministradoras); y por otro, derivado de lo anterior, el poder hacer análisis de impactos.

- *Remuneración de asalariados.* Al menos dos variables son casi esenciales para un análisis adecuado de estos costes: los sueldos y salarios y las cotizaciones sociales.

- *Impuestos y subvenciones sobre la producción.* El desglose mínimo recomendado sería el de las dos categorías, impuestos y subvenciones por separado.
- *Excedente de explotación/ Renta mixta.* Aunque se puede estimar en términos globales o *brutos* o, en el caso óptimo habría que tratar de estimarlo en términos *netos*, para lo que habría que estimar el *Consumo de capital fijo*, que es el concepto contable correspondiente aproximadamente a los gastos de amortización del capital.
- *Formación bruta de capital.* El detalle recomendado es incluir distintos tipos de activos con un mínimo de 6 categorías
- *Empleo del factor trabajo.* Dada su relevancia, un detalle óptimo sería al menos el diferenciar entre empleo asalariado y no asalariado, aunque se recomiendan otras desagregaciones; horas trabajadas, tipo de contrato, etc.

**Cuadro 1. Variables de oferta referentes a las (ramas de actividad/ industrias en la CST: desglose mínimo y óptimo**

Cuentas y variables	Desglose mínimo	Otros desgloses recomendados	Desglose requerido para el cálculo de las ratios
Cuenta de producción <b>Producción</b>	Desglose por industrias características.	Detalle por productos (productos principales y secundarios).	Para una evaluación del impacto del turismo (cálculo de ratios turísticas) se requiere también la parte de la producción destinada al turismo
<b>Consumos intermedios</b>	Desglose por industrias características.	Desglose por tipos de insumos (mínimo 10 categorías)	Para una evaluación del impacto del turismo (cálculo de ratios turísticas) se requiere también una estimación de los insumos intermedios asociados a la parte turística de la producción.
Cuenta de explotación <b>Remuneración de asalariados</b>	Desglose por industrias características.	Sueldos y salarios; cotizaciones sociales.	Para una evaluación del impacto del turismo (cálculo de ratios turísticas) se requiere también una estimación de los insumos primarios asociados a la parte turística de la producción.
<b>Excedente de Explotación/ Renta Mixta (*)</b>	Desglose por industrias características. Cálculos "brutos"	Consumo de capital fijo (Cálculos netos del Excedente/ R Mixta)	
<b>Impuestos y Subvenciones sobre producción</b>	Desglosadas por industrias características	Impuestos y subvenciones diferenciados.	
Cuenta de capital <b>Formación Bruta de Capital Fijo</b>	Desglose por industrias características.	Detalle por tipos de activos (mínimo: 6 categorías)	
Otras variables <b>Empleo de la mano de obra</b>	Desglose por industrias características.	Diferenciación: - Mínima: Empleo total y asalariado. - Horas trabajadas., tipo de contrato, jornada	
<b>Estructura empresarial: N° de empresas</b>	N° de empresas para las industrias características	Posibles desagregaciones: - Empresas por tamaño (n° de empleos) - Empresas por condición jurídica (empresas familiares y sociedades, etc.). - N° de establecimientos	

(\*) En sentido estricto, el E. Explotación / Renta mixta son variables de saldo, no variables exógenas.

---

### 3.2. PROBLEMAS ESTADÍSTICOS QUE PLANTEA UNA ESTIMACIÓN DE OFERTA

En general, los problemas estadísticos que plantea la estimación de los elementos de oferta de una CST no difieren de los de cualquier otro ámbito de la actividad económica. Así se pueden mencionar con carácter general los siguientes problemas:

- Falta de información sobre actividades reguladas/ legales: por carencia de fuentes estadísticas; o por deficiencias en las existentes
- Falta de cobertura: tratamiento de las empresas y unidades de menor tamaño, así como de los empresarios individuales.
- Inadecuación de los objetivos de la encuesta a los de la CST.
- Diferentes criterios de valoración y definición de las variables investigadas.
- Falta de detalle en la información por conceptos contables
- Incumplimiento de los reglamentos internacionales sobre los mejores métodos que han de seguirse para llevar a cabo las encuestas.
- Continuidad en la disponibilidad de los datos (periodicidad)
- Carácter estructural o no de las fuentes.
- Existencia de indicadores significativos sobre las variables estudiadas.

La medida en que un sistema estadístico resuelva esos problemas determinará la mayor o menor calidad de las estimaciones. En el cuadro 2 se han recogido a título orientativo algunas posibles fuentes de información utilizadas para los diferentes elementos de la oferta turística.

**Cuadro 2. Fuentes de información más usuales para los distintos elementos de oferta y organismo elaborador**

<i>Variable de oferta de la CST</i>	<i>Principal Fuente Estadística</i>	<i>Organismo elaborador</i>
<b>Datos integrados de las industrias (conjunto de variables)(1)</b>		
a) Estadísticas de base	Encuestas económicas a empresas. Memorias contables	Oficinas de Estadística y otros organismos públicos Entidades privadas
b) Integradas en un marco agregado macroeconómico	Estimaciones de cuentas nacionales: Tablas de origen y destino	Oficinas de Estadística
<b>Fuentes para variables específicas</b>		
Remuneración de asalariados	Encuestas de costes salariales Estadísticas laborales (convenios colectivos, regulación de salario mínimo,,)	Oficinas de Estadística Organismos públicos con responsabilidades en el mercado de trabajo y la seguridad social
Impuestos y Subvenciones sobre producción	Cuentas de las Administraciones Públicas Estadísticas Tributarias	Organismos Públicos de Control de Ingresos y Gastos Públicos
Empleo	Encuestas de fuerzas de trabajo Registros de Seguridad Social  Estadísticas de demanda de organismos públicos: colocaciones en oficinas de empleo, etc. Estadísticas de demanda de entidades privadas:	Oficinas de Estadística Organismos Públicos: Ministerio de Trabajo y/o Seguridad Social Oficinas de Empleo Asociaciones empresariales Empresas de trabajo temporal
<b>Datos empresariales</b>	Directorios de empresas: Registros administrativos y mercantiles; censos de locales y establecimientos	Oficinas de Estadística y otros organismos públicos

(1) Se refiere a esquemas estadísticos que abarcan todas las variables básicas de las industrias (cuentas de producción y explotación; FBCF; empleo; demografía empresarial...)

Por supuesto, la utilización de estadísticas que tengan realmente el carácter de tales es la opción óptima para cualquier estimación. Por tanto, los datos obtenidos a partir de estadísticas de base han de cumplir todos los requisitos que confieren consistencia y fiabilidad al proceso de elaboración de una encuesta (unidades estadísticas, ámbito temporal, diseño del cuestionario y de una forma especial el diseño de la muestra, con sus múltiples parámetros: directorio, procedimientos de elevación, etc.)

### 3.3. CASOS ESPECÍFICOS.

#### 3.3.1. Agencias de viaje y sus servicios.

##### a) Actividades de agencias minoristas.

La estimación de la producción de las agencias de viaje minoristas requiere de fuentes distintas en cada una de las dos variantes de este servicio:

- En el caso en el que la producción consiste en un margen sobre el coste del servicio, que se repercute al comprador, la información tiene que provenir de una combinación de datos de los tres escalones implicados: empresas productoras del servicio, agencias, gastos de viaje de los agentes económicos. Aunque el énfasis de la investigación estadística deberá estar centrado obviamente en las propias agencias de viaje.
- En cambio, cuando las agencias minoristas actúan como comisionistas de las empresas, como en el caso del transporte aéreo, son precisamente estas últimas las que pueden constituir una fuente de información más fiable.

#### b) Paquetes turísticos y operadores turísticos.

Dada la importancia del paquete turístico en la realización de viajes, determinadas estadísticas se han diseñado para recoger datos de este producto de forma global, como si fuera un "producto" definido. Esto sucede por ejemplo en la clasificación de funciones de gasto (COICOP) que se utiliza en las encuestas de gasto en consumo de los hogares. Sin embargo, como se ha señalado, el problema para la CST es descomponer este agregado en sus elementos.

Como fuente de información básica para su estimación, se tiene que partir obviamente de encuestas a las agencias de viaje. A partir de estas encuestas se trata de aproximar una estructura básica del paquete turístico "típico" elaborado por las agencias de viajes mayoristas residentes, determinándose de la misma manera la producción de las mismas.

No obstante, un problema mayor es el conocimiento de los flujos exteriores. Por razones de arquitectura contable, es preciso también conocer los componentes de los PT a escala internacional.

Sin embargo, un problema añadido es el carácter de oligopolio internacional de esta actividad, concentrada en un pequeño número de grandes empresas multinacionales y a las que es mucho más difícil acceder desde la perspectiva de un país concreto. Las carencias de información sobre el detalle de estos flujos exteriores tendrá en ocasiones que suplirse mediante algunos supuestos y simplificaciones: por ejemplo, que los márgenes de los operadores internacionales sean similares a los de los operadores residentes, cuando se dispone de información sobre estos últimos.

---

#### 3.3.2. Alquileres.

Como se ha indicado en el apartado 2, el problema fundamental con las viviendas ocupadas por sus propietarios es la necesidad de imputarles un valor de uso. El criterio general expuesto en las metodologías contables es que tal producción "se mida por el valor estimado del alquiler que pagaría un inquilino por un alojamiento similar, tomando en consideración elementos como la situación, el equipamiento de la zona, etc. así como el tamaño y la calidad de la vivienda en cuestión" (SEC95, Para. 3.64).

El principal problema para aplicar esa norma de valoración contable consiste en la interpretación del adjetivo «similar» en el caso de las viviendas ocupadas por sus propietarios. En la práctica, se han venido utilizando básicamente dos métodos diferentes para aplicarla: La auto-evaluación, que consiste en registrar el alquiler potencial calculado por los propietarios; y el método de estratificación, que consiste en combinar el parque total de viviendas desglosado en diversos estratos, con la información sobre los alquileres pagados en cada estrato.

El segundo es por ejemplo el método recomendado y actualmente aplicado en la Unión Europea, dado que es un método más objetivo, frente a la obvia y problemática

subjetividad de la auto-evaluación, que puede implicar sobre-valoraciones o infra-valoraciones de importancia.

El método de estratificación consiste básicamente en lo siguiente:

- 1) En primer lugar, se procede a una estratificación del parque de viviendas, esto es, a clasificar el parque de viviendas en una serie de categorías y tipos que tendrían un valor de alquiler de mercado similar.

Algunos de los parámetros objetivos que suelen emplearse para definir los estratos son:

- Características de la vivienda, tales como superficie, número de habitaciones, instalaciones de la vivienda... tipo de edificio (vivienda unifamiliar, casa adosada o piso).
- Características del edificio – cuando procede - tales como las instalaciones con que cuenta - garaje, ascensor, piscina, jardín...- y la antigüedad.
- Características del entorno: zona urbana y zona rural, distancia a un centro económico, infraestructura viaria y de transporte, equipamientos -los comercios, los colegios, seguridad de un barrio-...

- 2) En segundo lugar, hay que establecer el alquiler medio aplicable a cada estrato.

Aquí es preciso acudir a fuentes diversas: la alternativa óptima sería contar con fuentes estadísticas; en otro caso, habrá que desarrollar investigaciones específicas.

Sin embargo, los problemas surgen cuando el porcentaje de viviendas ocupadas por sus propietarios es elevado, y la variedad de viviendas hace que se pueda hablar de un número potencial o aparentemente muy alto de estratos. En ese caso, dado no que se puede contar con unos alquileres para cada uno de dichos estratos, habrá que tratar de llevar el problema a dimensiones estadísticamente más realistas, identificando las variables que influyen en los alquileres de las viviendas, para poder reducir los estratos con un precio diferenciado.

En cualquier caso, la dificultad última sería contar con información sobre alquileres. Aquí es posible, además de las fuentes estadísticas, recurrir a otros tipos de informaciones indirectas como los datos de las encuestas de presupuestos familiares, siempre que el tamaño muestral de estas encuestas permita contar con datos suficientemente representativos. Otra posibilidad es utilizar datos de regulaciones sobre alquileres, aunque estarán muy condicionados por razones de política económica.

Respecto a las residencias secundarias con fines turísticos les serían de aplicación los mismos principios que para el resto de las viviendas. No obstante, el problema más relevante para estimar este tipo de producción imputada es el tiempo medio de ocupación. Sin embargo en el caso de que se planteen dificultades, puede aplicarse un método alternativo consistente en recoger información sobre las residencias secundarias de un estrato y aplicar el alquiler medio anual de las residencias secundarias realmente alquiladas a las ocupadas por sus propietarios. El alquiler anual reflejaría implícitamente el tiempo medio de ocupación.

Como elemento de contraste de la metodología anterior, es conveniente no obstante acudir a fuentes de demanda o uso de las viviendas con fines turísticos.

Por último, subrayar que la aplicación de estos métodos implícitamente supone dar respuesta a uno de los retos más importantes que plantea este tipo de actividad: su carácter "oculto" o no registrado estadística ni fiscalmente, sobre todo cuando se trata de relaciones de alquiler entre hogares.

---

### 3.3.3. Otros aspectos:

Hay además otros aspectos estadísticos que suponen dificultades añadidas para la estimación de la oferta:

- 1) Desde una perspectiva de gasto de las empresas, y en relación con que los gastos en viaje de negocios, hay que hablar de los gastos ligados a la manutención de los trabajadores, que en contabilidad nacional se consideran remuneración. Esto es, forman parte del VAB, o si se quiere constituyen una "renta primaria" de los hogares, y por tanto se traducirán en un gasto en consumo final. La necesidad de identificar esos gastos para evaluar correctamente los flujos del turismo de negocios, implica la necesidad de obtener información sobre los mimos.

Una aproximación consiste en tomar los datos de sectores de actividad con regulaciones concretas sobre gastos de viaje (por ejemplo, las administraciones públicas) y aplicarlos al conjunto de la economía. Naturalmente, tales hipótesis requerirán al menos de un contraste numérico de los resultados.

- 2) Aspectos estadísticamente no registrados o infra-valorados y que afectan sobre todo a las actividades características del turismo como la hostelería: son los casos por un lado de la remuneración en especie recibida por los empleados de las actividades hostelería en forma de comidas gratuitas; y por otro, de las propinas.

La manutención como parte del salario de los empleados de las actividades de hostelería constituye una práctica muy habitual. Los problemas surgen porque esa remuneración no está en muchos casos regulada o controlada estadísticamente. Por otra parte, su medición, que supone la imputación de un valor a esas consumo, es bastante difícil. Por tanto, es un tema en el que habrá que emplear determinados recursos estadísticos.

También desde una perspectiva similar al caso anterior, de "medición" usualmente no registrada en las estadísticas, está el tema de las propinas, que son muy importantes en actividades como la hostelería,...pero también en determinados subsectores del transporte, de los servicios recreativos y deportivos...Naturalmente, en aquellos países en los que existe una regulación legal o unas prácticas generalizadas, la aplicación de porcentajes a las cifras estadísticas es un procedimiento válido. Cuando no existe ese marco legal, de nuevo habrá que recurrir a estudios específicos y/o hipótesis.

---

#### **4. Comentario final.**

En este documento se han descrito los elementos de oferta que deben incluirse en una CST, analizando los problemas que plantea su estimación, tanto de tipo metodológico como estadístico. En realidad, y frente a una tendencia lamentablemente preponderante en la práctica actual, no puede hablarse de una verdadera CST sin que se incluyan en la misma esos aspectos de oferta, al menos aquellos que, como se ha resaltado en el texto, posibiliten una mínima integración con las estimaciones de demanda y permitan obtener agregados macro-económicos de la relevancia del turismo.

# Referencias de documentación

---

Cañada, A. (1999): La Cuenta Satélite del Turismo y el Equilibrio oferta-demanda. incluido en la publicación: Organización Mundial de Turismo (1999): Seminario sobre Estadísticas turísticas para la realización de la Cuenta Satélite del Turismo: textos básicos, 1999.

---

Cañada, A. (2002): La Cuenta Satélite del Turismo de España: Objetivos, aspectos metodológicos y primeras estimaciones (1996-1999). Información Comercial Española. Revista de economía, 798, Marzo, 2002.

---

Cañada, A.; Prado, J.; Roig, R. (2002) La contabilidad nacional según el SEC95 como marco para la estimación de las Cuentas Satélites del Turismo. Methodological Workshop on Tourism Statistics related to the Council Directive 95/57/EC on Tourism Satellite Account. EUROSTAT-INE-IET. Madrid, Marzo 2002

---

EUROSTAT (2002): Manual Europeo de implantación de la Cuenta Satélite de Turismo. Oficina de publicaciones de las Comunidades Europeas, Luxemburgo, 2002.

---

INE (2002): La Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología, Instituto Nacional de Estadística, 2002.

---

Naciones Unidas (2000): Cuenta satélite del turismo: Referencias metodológicas comunes. Nueva York, 2000.

# Anexo 1. Productos y actividades características del turismo.

Para confeccionar la lista de estos productos más asociados al turismo, se parte de los criterios expuestos en el anexo del SCN93 dedicado a las cuentas satélite, que menciona la necesidad de identificar en cada caso los productos directamente vinculados al fenómeno que se esté analizando en la Cuenta Satélite. Sobre la base de estos criterios, las organizaciones internacionales han definido unas listas de productos “característicos”<sup>1</sup> del turismo, que se resumen en la columna izquierda del cuadro A1.

**Cuadro A1: Lista de Productos y actividades características del Turismo(\*)**

Productos	Actividades
1. Servicios de alojamiento Hoteles y otros servicios de alojamiento	1. Hoteles y similares
Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o de forma gratuita	2. Segundas viviendas en propiedad (imputado)
2. Servicios de provisión de alimentación y bebida	3. Restaurantes y similares
3. Servicios de transporte de pasajeros Servicios de transporte interurbano por ferrocarril Servicios de transporte de pasajeros por carretera Servicios de transporte marítimo de pasajeros Servicios de transporte aéreo de pasajeros Servicios anexos al transporte de pasajeros Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	4. Transporte de pasajeros por ferrocarril 5. Transporte de pasajeros por carretera  6. Transporte marítimo de pasajeros 7. Transporte aéreo de pasajeros 8. Anexos al transporte de pasajeros 9. Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros
4. Servicios de las agencias de viajes, operadores turísticos y guías turísticos Servicios de agencias de viajes Servicios de operadores turísticos Servicios de información turística y de guías turísticos	10. Agencias de viajes y similares
5. Servicios culturales Desarrollo artístico Museos y otros servicios culturales	11 Servicios Culturales
6. Servicios recreativos y otros Servicios de entretenimiento Servicios deportivos y recreativos Otros servicios para la diversión y el recreo	12 S. de actividades deportivas y otras actividades de recreo

(\*) Se han excluido aquí otros servicios diversos mencionados como eventualmente “característicos en la CSTRM: S. financieros y de seguros; otros de alquiler de bienes etc.

En la columna derecha se recogen las actividades características relacionándolas, en los casos pertinentes, con los productos característicos en los que están especializadas.

<sup>1</sup> En realidad y siguiendo el SCN93, se habla de productos “específicos” del turismo y no específicos. Dentro de los específicos se distinguen: “Los productos característicos, que son aquellos que, en la mayoría de los países dejarían de existir (o su consumo se vería sensiblemente disminuido) en ausencia de turismo”; y los productos conexos, que son “los consumidos por los visitantes en cantidades que resultan importantes (para el visitante y/ o para el proveedor) aunque no figuran en la lista de productos característicos del turismo”.