

**Cuenta satélite de turismo (CST):**

**Recomendaciones  
sobre el marco conceptual**

# Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual



Comisión de las Comunidades Europeas  
Eurostat



Organización de Cooperación  
y Desarrollo Económicos



Organización Mundial del Turismo



Naciones Unidas  
División de Estadística

Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París, 2001

Publicación de las Naciones Unidas  
No. de venta: S.01.XVII.9  
ST/ESA/STAT/SER.F/80  
ISBN 92-1-361205-2

Organización Mundial del Turismo  
ISBN 92-844-0446-0

Copyright © 2001  
Comisión de las Comunidades Europeas  
Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos  
Naciones Unidas  
Organización Mundial del Turismo

Reservados todos los derechos

## Prólogo

Las recomendaciones que figuran en la presente publicación se basan en un marco conceptual común elaborado para el diseño de una cuenta satélite de turismo por un grupo de trabajo inter-Secretaría. Este grupo de trabajo fue creado por la División de Estadística de las Naciones Unidas, con la participación de la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y la Organización Mundial del Turismo. Estos tres organismos habrán de fomentar la aplicación de las recomendaciones en sus Estados Miembros. Las recomendaciones fueron aprobadas por la Comisión de Estadística en su trigésimo primer período de sesiones, en 2000.<sup>1</sup>

La estructura fundamental de las recomendaciones sobre la cuenta satélite de turismo se fundamenta en el equilibrio general que existe en una economía cualquiera entre la demanda de productos generada por el turismo y su oferta. El sentido de la confección de una cuenta satélite de turismo es analizar detalladamente todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios que podrían estar asociados con el turismo dentro de la economía, observar su correlación efectiva con la oferta de dichos bienes y servicios dentro de la misma economía de referencia, y describir cómo esta oferta se relaciona con otras actividades económicas. Las recomendaciones de la presente publicación facilitan un marco que los países podrán utilizar para elaborar una cuenta satélite de turismo y que, en general, permitirá una mayor comparabilidad internacional de las estadísticas de turismo.

Francesco Frangialli  
Secretario General  
Organización Mundial del Turismo (OMT)

Charles L. Kincannon  
Jefe de Estadística y Director de la Dirección de Estadísticas  
Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)

Yves Franchet  
Director General  
Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat)

Hermann Habermann  
Director  
División Estadística de Naciones Unidas

---

<sup>1</sup> Véase Official Records of the Economic and Social Council, 2000, Supplement n° 4 (e/2000/24), 18.



## Indice

|  | <b>Párrafos</b> | <b>Páginas</b> |
|--|-----------------|----------------|
| Prólogo  |                 | iii            |
| Nota de agradecimiento   |                 | xi-xii         |
| Lista de abreviaturas y acrónimos  |                 | xiii           |
| Capítulo 1. Introducción   | 1.1.-1.50.      | 1-13           |
| A. Sistema de Estadística de Turismo y Cuenta satélite de turismo: presentación general  | 1.1.-1.25.      | 1-6            |
| B. Antecedentes históricos   | 1.26.-1.43.     | 6-11           |
| B.1. 1991: Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo  | 1.27.-1.34.     | 6-8            |
| B.2. 1991-1999: las iniciativas que llevaron a la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, Niza, 15-18 de junio de 1999             | 1.35.-1.40.     | 8-10           |
| B.3. 1999-2000: el proceso seguido para la adopción de la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual por la Comisión de Estadística el 3 de marzo de 2000 | 1.41.-1.43.     | 10-11          |
| C. Contenido y estructura de la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual  | 1.44.-1.50.     | 11-13          |
| Capítulo 2 La perspectiva de la demanda: conceptos y definiciones  | 2.1.-2.85.      | 14-38          |
| A. Los visitantes  | 2.4.-2.27       | 14-19          |
| A.1. Entorno habitual  | 2.6.-2.17.      | 15-17          |
| A.1.1. Entorno habitual y residencia   | 2.10.-2.13.     | 15-16          |
| A.1.2. Entorno habitual y segundas viviendas   | 2.14.-2.17.     | 17             |
| A.2. Duración de la estancia   | 2.18.-2.21.     | 17-18          |
| A.3. Motivo de la visita   | 2.22.-2.23.     | 18-19          |

|        |  |             |       |
|--------|--|-------------|-------|
| A.4.   | Clasificación de los visitantes  | 2.24.-2.27. | 19    |
| B.     | Consumo del visitante  | 2.28.-2.75. | 20-36 |
| B.1.   | Definición del consumo del visitante   | 2.28.-2.30. | 20    |
| B.2.   | Consumo final de los hogares en el SCN 1993  | 2.31.-2.38. | 21-24 |
| B.3.   | El consumo del visitante de empresas,<br>administraciones públicas y las ISFLSH                    | 2.39.-2.41. | 25    |
| B.4.   | Ámbito y los componentes del consumo del<br>visitante  | 2.42.-2.58. | 25-32 |
| B.4.1. | Localización del consumo del visitante   | 2.44.       | 26    |
| B.4.2. | Ámbito de los productos del consumo<br>turístico   | 2.45.-2.48. | 26-27 |
| B.4.3. | Bienes de consumo duraderos  | 2.49.-2.53. | 27-28 |
| B.4.4. | Momento de registro de las compras   | 2.54.       | 28-29 |
| B.4.5. | Transferencias sociales turísticas en<br>especie   | 2.55.       | 29    |
| B.4.6. | Gastos turísticos de las unidades<br>productoras   | 2.56.       | 29-30 |
| B.4.7. | Resumen del consumo del visitante  | 2.57.-2.59. | 30-32 |
| B.5.   | Lugar donde se realiza el consumo del visitante  | 2.60.-2.67. | 32-34 |
| B.6.   | Casos especiales   | 2.68.-2.75. | 34-36 |
| B.6.1. | Servicios proporcionados dentro del<br>hogar en beneficio de sus miembros                          | 2.69.-2.70. | 34-35 |
| B.6.2. | Servicios de alojamiento proporcionados<br>por segundas viviendas por cuenta<br>propia o gratuitos | 2.71-2.72.  | 35    |
| B.6.3. | Servicios de las agencias de viajes  | 2.73.       | 35    |
| B.6.4. | Paquetes turísticos  | 2.74.       | 35    |
| B.6.5. | Los bienes como componente del<br>consumo del visitante  | 2.75.       | 36    |

|            |  |             |       |
|------------|--|-------------|-------|
| C.         | Consumo colectivo turístico  | 2.76.-2.80. | 36-37 |
| D.         | Formación bruta de capital fijo turística  | 2.81.-2.85. | 37-38 |
| Capítulo 3 | La perspectiva de la oferta: conceptos y definiciones  | 3.1.-3.63.  | 39-53 |
| A.         | Productos específicos del turismo  | 3.8.-3.22.  | 40-43 |
| B.         | Actividades específicas del turismo  | 3.23.-3.51. | 43-50 |
| B.1.       | Aspectos generales   | 3.23.-3.31. | 43-46 |
| B.2.       | Casos especiales   | 3.32.-3.51. | 46-50 |
| B.2.1.     | Servicios proporcionados dentro del hogar en beneficio de sus miembros                       | 3.33.       | 46    |
| B.2.2.     | Servicios de alojamiento proporcionados por segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos | 3.34.-3.36. | 46-47 |
| B.2.3.     | Agencias de viajes   | 3.37.-3.45. | 47-48 |
| B.2.4.     | Tour operadores  | 3.46.-3.51. | 49-50 |
| C.         | Industrias turísticas  | 3.52.-3.63. | 50-53 |
| C.1.       | Valor añadido  | 3.55.-3.58. | 51    |
| C.2.       | Empleo   | 3.59.-3.61. | 52    |
| C.3.       | Formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas                                 | 3.62.-3.63. | 52-53 |
| Capítulo 4 | Tablas, cuentas y agregados  | 4.1.-4.118. | 54-82 |
| A.         | Tablas y cuentas   | 4.11.-4.72. | 55-74 |
| A.1.       | Comentarios generales  | 4.11.-4.12. | 55-56 |
| A.2.       | Valoración neta  | 4.13.-4.19. | 56-62 |
| A.2.1.     | Valoración neta de los productos turísticos  | 4.15.-4.17. | 57-59 |
| A.2.2.     | Valoración neta de los servicios de las agencias de viajes                                   | 4.18.-4.19. | 60-62 |
| A.3.       | Clasificaciones utilizadas   | 4.20.-4.25. | 62-64 |

|  |               |       |
|--|---------------|-------|
| A.3.1. Comentarios generales   | 4.20.-4.21.   | 62    |
| A.3.2. Observaciones específicas                                       | 4.22.-4.25.   | 63-64 |
| (a) Productos  | 4.22.         | 63    |
| (b) Unidades productoras   | 4.23.-4.24.   | 63    |
| (c) Lista de productos y actividades características del turismo       | 4.25.         | 63-64 |
| A.4. Las tablas  | 4.26.-4.72.   | 65-74 |
| A.4.1. Presentación general  | 4.26.-4.33.   | 65-66 |
| A.4.2. Descripción   | 4.34.-4.72.   | 66-74 |
| B. Los agregados   | 4.73.-4.118.  | 74-82 |
| B.1. Principales agregados   | 4.77.-4.102.  | 74-80 |
| B.1.1. Consumo turístico interior                                      | 4.79.-4.80.   | 75    |
| B.1.2. Oferta turística  | 4.81.-4.102.  | 75-80 |
| (a) Valor añadido de las industrias turísticas                         | 4.82.-4.84.   | 75-76 |
| (b) Valor añadido turístico  | 4.85.-4.98.   | 76-78 |
| (c) Producto interior bruto generado por el consumo turístico interior | 4.99-4.102.   | 78-80 |
| B.2. Otros agregados   | 4.103.-4.118. | 80-82 |
| B.2.1. Empleo turístico  | 4.106.-4.108. | 80    |
| B.2.2. Formación bruta de capital fijo turística                       | 4.109.-4.110. | 81    |
| B.2.3. Consumo colectivo turístico                                     | 4.111.-4.115. | 81    |
| B.2.4. Demanda turística total   | 4.116.-4.118. | 82    |

### Tablas

|   |    |
|---|----|
| 1. Consumo turístico receptor por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante)            | 83 |
| 2. Consumo turístico interno por productos y para grupos de visitantes residentes (gasto en efectivo del consumo final del visitante) | 84 |
| 3. Consumo turístico emisor por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante)              | 85 |

|   |    |
|---|----|
| 4. Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo                                      | 86 |
| 5. Cuentas de producción de las industrias turísticas y de las otras industrias                     | 87 |
| 6. Oferta interior y consumo turístico interior por productos                                       | 88 |
| 7. Empleo en las industrias turísticas  | 89 |
| 8. Formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y de las otras industrias | 90 |
| 9. Consumo colectivo turístico por funciones y niveles de las administraciones públicas             | 91 |
| 10. Indicadores no monetarios   | 92 |

### Cuadros

|  |       |
|--|-------|
| 2.1 Los componentes del consumo final efectivo de los hogares  | 24    |
| 2.2 Componentes del consumo del visitante  | 31    |
| 3.1 Análisis desde el enfoque de la oferta turística y del consumo turístico interior  | 46    |
| 4.1 Presentación resumida de los efectos globales de utilizar una valoración neta de los paquetes turísticos en el consumo turístico interno, en el consumo turístico emisor, y en el consumo turístico receptor | 59    |
| 4.2 Presentación resumida de los efectos globales de obtener los servicios de las agencias de viajes a partir del valor de los servicios turísticos  | 61-62 |
| 4.3 Lista de productos característicos del turismo   | 64    |
| 4.4 Lista de actividades características del turismo   | 64    |
| 4.5 Relación de los diferentes agregados económicos que caracterizan la magnitud del turismo desde el punto de vista de la oferta  | 79    |

### Anexos

|  |         |
|--|---------|
| I. Lista de productos específicos del turismo (relativos al consumo del visitante)           | 93-149  |
| II. Lista de productos característicos del turismo y actividades características del turismo | 95-128  |
| III. Módulo de empleo de la OCDE   | 129-135 |
| IV. Propuesta de lista de las partidas de la formación bruta de capital fijo turística       | 136-137 |
|  | 138-139 |

|    |   |         |
|----|---|---------|
| V. | Relación entre la cuenta satélite de turismo y el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales de 1993 | 140-142 |
|    | Bibliografía  | 143-144 |
|    | Índice  | 145-149 |

## NOTA DE AGRADECIMIENTO

La Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual es el resultado de notables esfuerzos que datan de finales de los años 70.

En efecto, ya por entonces, Francia acuñó el término “cuentas satélites” como forma de designar aquellos ejercicios contables de sectores horizontales específicos que no estaban correctamente identificadas en el Sistema de Cuentas Nacionales, pero que deberían considerarse “subsistemas satélites” de aquel Sistema. Francia también estableció esquemas operativos para la cuantificación de la incidencia económica del turismo.

En 1982, la Organización Mundial del Turismo (OMT) encargó a José Quevedo (responsable en dicha época de la elaboración de la Contabilidad Nacional de España en el Instituto Nacional de Estadística) la preparación de un documento que ilustrara los instrumentos para describir el turismo siguiendo las recomendaciones relativas a las cuentas nacionales existentes en aquella época, el Sistema de Cuentas Nacionales, 1968. El documento que se presentó en la quinta reunión de la Asamblea General de la OMT en Nueva Delhi, en 1983, destacaba la importancia de dicho ejercicio como un instrumento uniforme y completo de evaluación y comparación con otros sectores de la economía. No se aplicó como tal, aunque todavía se considera una orientación general para la mayoría de las actividades de la OMT encaminadas a la armonización internacional de conceptos y estadísticas de turismo.

También el Comité de Turismo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) se esforzó por adelantar el reconocimiento del ámbito, de la naturaleza y del papel del turismo en las economías de la OCDE. En el desarrollo de su Manual sobre Cuentas Económicas del Turismo en 1991, la OCDE examinó alguno de los problemas más espinosos relacionados con la evaluación del turismo.

Mención especial merece la presentación de Statistics Canada durante la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo, celebrada por la OMT en Ottawa en 1991, de un esquema para establecer una herramienta fiable y comparable que evaluase las actividades económicas en relación con otras ramas de actividad de una economía nacional, y desarrollar un marco para relacionar otros datos relevantes respecto a las actividades del turismo de una forma organizada y consistente. El esquema estaba basado en un proyecto para estudiar la viabilidad de aplicar los principios de la contabilidad satélite al turismo.

Después de que la Comisión de Estadística adoptara en 1993 las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo derivadas de la Conferencia de Ottawa, la OMT comenzó a desarrollar el marco conceptual para la elaboración de una cuenta satélite de turismo (CST). Marion Libreros (Francia) y John Joice (Canadá) fueron designados responsables de desarrollar este proyecto en la OMT y la OCDE respectivamente.

Hemos de agradecer a estos dos consultores su contribución a la elaboración de los sucesivos documentos publicados hasta su presentación final en la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la evaluación de la incidencia económica del turismo, que se celebró en Niza del 15 al 18 de junio de 1999. En este proceso, la OMT contó también con la colaboración de Alfred Franz (Austria), de Douglas Frechtling (Estados Unidos), de Alan Pisarski (Estados Unidos), de Francisco Hernández (España) y de José Quevedo (España), en calidad de consultores, así como con la aportación de los participantes del Comité de Estadísticas de la OMT. El grupo de trabajo de estadísticas del Comité de Turismo de la OCDE colaboró también muy activamente en el desarrollo del proyecto correspondiente. Por último, el grupo especial de la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) sobre cuestiones metodológicas relacionadas con el turismo se basó en buena parte en la estructura de CST y en las contribuciones preparadas, a petición suya, por el Centro de Estudios Internacionales de Economía Turística (Italia), por el Gruppo Clas (Italia) y por Peter Laimer (Austria).

Después de la Conferencia de Niza, se creó un grupo de trabajo intersecretarías OMT-OCDE-Eurostat, con el objeto de establecer un marco conceptual común para establecer la estructura metodológica de la CST. Las personas que participaron en las reuniones del grupo de trabajo y que fueron responsables de las recomendaciones técnicas finales como representantes de sus organizaciones fueron Antonio Massieu (OMT), Louis Kincannon (OCDE), Alain Dupeyras (OCDE), Carl Obst (OCDE), Pedro Díaz (Eurostat) y Sophia Eriksson (Eurostat). La aprobación del documento Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual por la Comisión de Estadística en su trigésimo primer período de sesiones en 2000, quizás no se hubiera logrado sin la existencia de esta plataforma institucional.

Merecen especial mención los incansables esfuerzos y la dedicación constante de Enzo Paci, fallecido en octubre de 1998 que, en su calidad de Jefe del Departamento de Estadísticas, Análisis Económico y Estudios de Mercado de la OMT, asumió desde el principio el papel de promotor de un sistema de estadísticas de turismo y del proyecto de la cuenta satélite de turismo.

## Lista de abreviaturas y acrónimos

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>BdP</b>              | Balanza de pagos  |
| <b>CCIF</b>             | Clasificación del Consumo Individual por Finalidades  |
| <b>CCP, Versión 1.0</b> | Clasificación Central de Productos, Versión 1.0   |
| <b>CET</b>              | Cuentas Económicas del Turismo, (OCDE)  |
| <b>CFAP</b>             | Clasificación de Funciones de las Administraciones Públicas                                     |
| <b>CIIU, Rev. 3</b>     | Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, Revisión 3 |
| <b>CIUAT</b>            | Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas                                  |
| <b>CPA</b>              | Clasificación de Productos por Actividades  |
| <b>CST</b>              | Cuenta satélite de turismo  |
| <b>Eurostat</b>         | Oficina Estadística de las Comunidades Europeas   |
| <b>FMI</b>              | Fondo Monetario Internacional   |
| <b>ISFLSH</b>           | Instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares                                     |
| <b>OCDE</b>             | Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos                                     |
| <b>OIT</b>              | Organización Internacional del Trabajo  |
| <b>OMT</b>              | Organización Mundial del Turismo  |
| <b>PIB</b>              | Producto interior bruto   |
| <b>SCN 1993</b>         | Sistema de Cuentas Nacionales, 1993   |
| <b>SIFIM</b>            | Servicios de intermediación financiera indirectamente medidos                                   |
| <b>UIOOT</b>            | Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo  |
| <b>WTTC</b>             | World Travel and Tourism Council  |

## **Capítulo 1 Introducción**

### **A. Sistema de Estadísticas de Turismo y Cuenta satélite de turismo: presentación general**

- 1.1. El turismo se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo 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. Es una actividad que ha crecido sustancialmente durante el último cuarto de siglo como un fenómeno económico y social. La información estadística sobre la naturaleza, desarrollo y consecuencias del turismo está basada fundamentalmente en las estadísticas de entrada de viajeros y pernoctaciones así como en la información de la balanza de pagos, que no abarca en su conjunto el fenómeno económico del turismo. En consecuencia, los Gobiernos, empresarios y ciudadanos, pueden no disponer de la información necesaria precisa para la efectividad de las políticas públicas y el desarrollo de negocios eficientes. La información sobre el papel que el turismo juega en las economías nacionales de todo el mundo es particularmente deficiente, y son necesarios datos fiables relativos a la importancia y magnitud del turismo.
- 1.2. Si en el pasado, la descripción del turismo se centraba en las características de los visitantes, en las condiciones en que llevaban a cabo sus viajes y estancias, el motivo de su visita, etc., existe, en nuestros días, una creciente conciencia sobre el papel que el turismo desempeña y puede desempeñar tanto de forma directa como indirecta o inducida, sobre una economía en términos de creación de valor añadido, empleo, renta personal, ingresos de las Administraciones públicas, etc.
- 1.3. Esta creciente conciencia de los impactos económicos del turismo ha sido admitida durante una serie de años y algunos países y organizaciones internacionales se han implicado en el desarrollo de técnicas relevantes para la evaluación de la incidencia del impacto económico del turismo.
- 1.4. En particular, el tipo de datos que se requiere del turismo, tanto por el sector público como por el privado, ha cambiado de naturaleza. Además de información cuantitativa sobre el flujo de visitantes, tales como el número de llegadas y pernoctaciones, y de información descriptiva sobre las condiciones en las que son recibidos y atendidos, los países actualmente necesitan información consistente e indicadores que garanticen la credibilidad de las mediciones relativas a la importancia económica del turismo. Estas deberían reunir las características siguientes:
  - deberían ser de carácter estadístico y ser generadas de forma regular, esto es, no solamente como estimaciones puntuales, sino como procesos estadísticos continuos, combinando el cálculo de estimaciones que sirvan

de referencia con el empleo más flexible de indicadores que refuercen la utilidad de los resultados;

- las estimaciones deberían estar basadas en fuentes estadísticas fiables, donde se analicen tanto a los visitantes como a los productores de bienes y servicios, si es posible a través de procedimientos independientes;
- los datos deberían ser comparables en el tiempo dentro del mismo país, comparables entre países, y comparables con otros campos de actividades económicas;
- los datos deberían ser consistentes internamente y presentados dentro de los marcos macroeconómicos admitidos a nivel internacional.

1.5. Los datos solicitados cubren las siguientes áreas principales:

- análisis de la demanda generada por las diferentes formas de turismo (dentro de la misma economía, desde otras economías o hacia otras economías), clasificada según las características de los propios visitantes, de sus viajes y de los bienes y servicios adquiridos;
- los impactos de dicha oferta sobre las variables macroeconómicas básicas del país de referencia, en particular las funciones de producción y la interrelación entre actividades, las cuales proporcionan la base para el análisis del impacto;
- descripción de la naturaleza del empleo y de los puestos de trabajo, de la formación de capital y de la inversión no financiera;
- las importaciones y las exportaciones y las repercusiones sobre la balanza de pagos;
- los efectos sobre los ingresos de las administraciones públicas, la creación de rentas personales y de las empresas.

1.6. Los bienes y servicios consumidos por los visitantes son, principalmente, transporte, alojamiento, alimentación y entretenimiento, los cuales, en un sentido amplio, se pueden considerar como característicos del turismo. Pueden ser muy diferentes en naturaleza, calidad y cantidad, de acuerdo con el destino del viaje, el motivo del viaje y las características personales de cada visitante. El estudio del turismo tiene que tomar todos estos elementos en consideración, en una presentación regular y sistemática.

- 1.7. A pesar de que el turismo es por naturaleza un fenómeno de demanda, es necesario, desde un punto de vista económico, analizar cómo se lleva a cabo la interacción entre la demanda y la oferta, y la incidencia que dicha oferta tiene sobre las variables macroeconómicas básicas del país de referencia.
- 1.8. Dentro del contexto del análisis macroeconómico, la relación entre oferta y demanda, se estudia mejor a través del marco general de las cuentas nacionales y, más específicamente, dentro del marco particular de las tablas de origen y destino.
- 1.9. El Sistema de Cuentas Nacionales, 1993 (SCN 1993) <sup>1</sup> proporciona los conceptos, definiciones, clasificaciones, reglas contables, cuentas y cuadros para ofrecer un marco global e integrado para la estimación de la producción, el consumo, la inversión de capital, la renta, las existencias y los flujos de riqueza financiera y no financiera, y otras variables económicas relacionadas.
- 1.10. Dentro del marco del SCN 1993, se puede presentar un análisis detallado de un tipo específico de demanda en confrontación con la oferta de estos bienes y servicios, dentro de la economía.
- 1.11. No obstante, el consumo del visitante no se limita a un conjunto de bienes y servicios predefinidos producidos por un conjunto predefinido de industrias. Lo que hace que el turismo sea especial, no es tanto lo que se adquiere, sino la situación provisional en la que el consumidor se encuentra: está fuera de su entorno habitual y viaja o visita un lugar por un motivo distinto al del ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, y ésta es la característica que le identifica de forma específica como diferente a cualquier otro consumidor.
- 1.12. Esta característica del consumidor no se considera en el marco central de las cuentas nacionales, donde los agentes que llevan a cabo las operaciones se clasifican de acuerdo a las características permanentes (relativamente) inherentes a ellos mismos, siendo una de ellas el país o lugar de residencia.
- 1.13. Con el fin de abordar estas situaciones, el SCN 1993 sugiere el uso de una llamada cuenta satélite, anexa al núcleo del Sistema de Cuentas Nacionales, que comparte, en mayor o menor grado, con este sistema central sus conceptos básicos, definiciones y clasificaciones. <sup>2</sup>
- 1.14. En consecuencia, la estructura fundamental dentro de la cuenta satélite de turismo (CST) se basa en el equilibrio general que existe dentro de una economía entre la demanda de bienes y servicios generada por el turismo y su oferta. La idea que subyace detrás de la elaboración de la CST es analizar detalladamente todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios que se podrían asociar al turismo dentro de una economía, observar como se produce la confrontación con la oferta de dichos bienes y servicios dentro de la misma economía de referencia, y describir cómo esta oferta se interrelaciona con otras actividades económicas.

- 1.15. La demanda generada por el turismo engloba una gran variedad de bienes y servicios en los que los servicios de transporte, alojamiento y alimentación desempeñan un papel fundamental. Algunos de estos servicios tales como el alojamiento en segundas viviendas utilizadas con fines turísticos (residencias para vacaciones) o el transporte en vehículos particulares se podrían producir por cuenta propia en cantidades importantes.
- 1.16. No obstante, a pesar de que el SCN 1993 admite en su frontera de producción, los servicios de alojamiento proporcionados por las segundas viviendas por cuenta propia, no sucede lo mismo con los servicios de transporte producidos en las unidades familiares para su propio beneficio, ya que se excluyen de esta frontera de forma explícita.
- 1.17. El diseño de las cuentas satélites orientadas funcionalmente podría facilitar, mediante una ampliación de la frontera de producción del SCN 1993, una reclasificación de las transacciones o de sus agentes, o de ambos. Sin embargo, al diseñar la CST, se tomó la decisión de centrarse, por el momento, en la reclasificación dentro de la frontera de la producción del SCN 1993, con el fin de proponer evaluaciones agregadas del turismo que sean comparables con otras evaluaciones agregadas recogidas en el marco conceptual del SCN 1993.
- 1.18. En consecuencia, se insta a aquellos países cuyos servicios de transporte por cuenta propia resulten relevantes dentro del consumo turístico interno, a que tengan en cuenta estos servicios, si bien de una manera que facilite la alternativa de incluir o excluir estos servicios a efectos de la comparabilidad internacional.
- 1.19. La *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*, adopta la forma de un sistema básico de conceptos, definiciones, clasificaciones, tablas y agregados vinculados a las tablas normalizadas del SCN 1993 en su perspectiva funcional. Este sistema ha sido desarrollado para medir los impactos económicos del turismo en una economía nacional y con carácter anual.
- 1.20. La CST completa proporcionará:
- agregados macroeconómicos para describir la magnitud y la importancia económica del turismo, tales como el valor añadido turístico y el producto interior bruto (PIB) turístico, consistentes con los agregados similares para el total de la economía, y para otras actividades productivas y áreas de interés funcional;
  - datos detallados sobre el consumo del visitante y cómo este consumo es satisfecho por la oferta interior y las importaciones, integrados dentro de las tablas generales de origen y destino de las cuentas nacionales, tanto a precios corrientes como constantes;

- las cuentas de producción detalladas de las industrias turísticas, que incluyan datos sobre empleo, correspondencias con otras actividades económicas productivas y la formación de capital;
  - información básica necesaria para el desarrollo de modelos de impacto económico del turismo (tanto a nivel nacional como supranacional), para la preparación del análisis orientado al mercado turístico, etc.
  - una correspondencia entre los datos económicos y otra información no monetaria sobre el turismo, tales como número de viajes, duración de la estancia, motivo del viaje, modos de transporte, etc.
- 1.21. La CST presentada en las Recomendaciones sobre el marco conceptual debe ser contemplada desde dos ópticas diferentes:
- como un nuevo instrumento estadístico de conceptos, definiciones, agregados, clasificaciones y tablas; es decir, un instrumento compatible con las directrices internacionales de la contabilidad nacional, que permitirá realizar comparaciones válidas entre regiones, países o grupos de países y, hacer también comparables estas estimaciones con otros agregados macroeconómicos y compilaciones admitidas internacionalmente;
  - como un proceso de elaboración que sirva para orientar a los países en el desarrollo de su propio sistema de estadísticas turísticas siendo el objetivo principal la elaboración de la CST, la cual se podría considerar como la síntesis de dicho sistema.
- 1.22. Las Recomendaciones sobre el marco conceptual se deberían entender como la primera etapa de un proceso de desarrollo metodológico de este nuevo instrumento estadístico cuyo carácter operacional es una síntesis compartida en común con las cuentas nacionales. Su implantación progresiva por parte de los países depende del desarrollo alcanzado en la correspondiente implantación del SCN 1993. A medida que pasa el tiempo y se adquiere experiencia, será necesario en el futuro actualizar y ampliar algunas de las recomendaciones incluidas en este documento.
- 1.23. Dichas modificaciones pueden abarcar la implantación de nuevos desarrollos en relación con las clasificaciones propuestas sobre los productos y las actividades, nuevas fronteras asignadas a las actividades económicas vinculadas al turismo, nuevos campos de aplicación (indicadores turísticos nacionales, análisis de la balanza de pagos, análisis a nivel regional) o módulos específicos (empleo, ingresos de las administraciones públicas).
- 1.24. Las Recomendaciones sobre el marco conceptual restringen el análisis en algunas áreas con el fin de simplificar la presentación de los resultados de complejas deliberaciones entre los estadísticos del turismo. No obstante, se está

preparando una serie de informes más detallados sobre cuestiones relevantes y de documentos técnicos con el fin de completar las actuales recomendaciones.

- 1.25. Por último, las Recomendaciones sobre el marco conceptual no establecen ningún compromiso para que los países desarrollen CST. Más bien, se deben interpretar como un paso importante dentro de un proceso conjunto encaminado a un posterior desarrollo del sistema internacional de estadísticas de turismo. Muchos de los asuntos tratados son complejos y requieren posteriores análisis. Se presupone que el desarrollo de CST por parte de los países favorecerá el desarrollo de normas pero también se espera que la puesta en circulación de las presentes recomendaciones espoleará a nuevos países a considerar los beneficios de elaborar cuentas satélites de turismo.

## **B. Antecedentes históricos**

- 1.26. La Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual supone la culminación de muchos años de esfuerzo por parte de numerosas instituciones, países y personas que pretendían el asentamiento de la evaluación del turismo como fenómeno económico dentro de la corriente principal de las estadísticas macroeconómicas.

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

- 1.27. La Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo celebrada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Ottawa, del 24 al 28 de junio de 1991,<sup>3</sup> supuso la culminación de los grandes esfuerzos desarrollados en la segunda mitad de los setenta y más concretamente en los años ochenta, no sólo por parte de los organismos internacionales (Naciones Unidas, OMT y Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) especialmente), sino también por parte de diferentes países, entre los que además de Canadá, merece una mención especial Francia, pionera en la evaluación de los impactos económicos del turismo.
- 1.28. Las Naciones Unidas, a través de su Comisión de Estadística, y la OMT, han sido desde su fundación, los organismos internacionales que han establecido un conjunto de definiciones y clasificaciones sobre el turismo, con dos objetivos principales:
- Permitir la comparabilidad internacional.
  - Servir de guía a los países para implantar un sistema estadístico para el turismo.

- 1.29. El período comprendido entre 1937 y 1980, se caracterizó por el establecimiento de definiciones y clasificaciones sobre las estadísticas del turismo internacional, escasamente compatibles con otras estadísticas:
- en 1937, el Consejo de la Sociedad de Naciones recomendó una definición del término “turista internacional” para fines estadísticos. Ésta fue ligeramente modificada por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) en una reunión celebrada en Dublín en 1950;
  - en 1953, la Comisión de Estadística estableció el concepto de “visitante internacional”;
  - la Conferencia de Naciones Unidas sobre Turismo y Viajes Internacionales, celebrada en Roma en 1963 recomendó una serie de definiciones de los términos “visitante”, “turista” y “excursionista”, propuesta por la UIOOT. Dichas definiciones fueron posteriormente examinadas en 1967 por un grupo de expertos de Naciones Unidas en estadísticas sobre viajes internacionales y aprobadas en 1968 por la Comisión de Estadística;
  - tras la aprobación por la Comisión de Estadística de 1976,<sup>4</sup> se publicaron las Directrices Provisionales sobre las Estadísticas de Turismo Internacional en 1978.<sup>5</sup>
- 1.30. En la década de los años ochenta, se consolida una conciencia generalizada de la importancia del turismo y su interdependencia con otras actividades económicas y sociales. La OMT, en estrecha colaboración con la División de Estadística de las Naciones Unidas, abordó trabajos de investigación estadística en dos direcciones:
- la primera orientada a proponer modificaciones en las definiciones y clasificaciones utilizadas en los estudios del turismo para hacerlas compatibles y armonizadas con las del resto del sistema estadístico nacional e internacional;
  - la segunda orientada a integrar el turismo en el marco analítico de las cuentas nacionales.
- 1.31. Ya en 1983, en la quinta sesión de su Asamblea General, celebrada en Nueva Delhi, la OMT emitió un informe ilustrando cómo era posible describir el turismo dentro del marco de las recomendaciones de las cuentas nacionales existentes en aquella época, es decir, el *Sistema de Cuentas Nacionales, 1968*.<sup>6</sup> El informe resaltaba la importancia de dicho ejercicio como un método global y uniforme de evaluación y comparación con otros sectores de la economía. No se hizo efectivo como tal pero se consideró como una directriz general para la mayoría de las actividades de la OMT relativas a la armonización internacional de los conceptos y estadísticas de turismo.

- 1.32. Estos antecedentes internacionales sobre estadísticas de turismo permiten a la OMT presentar en la Conferencia de Ottawa un sistema integrado de conceptos, definiciones y clasificaciones del turismo. En particular, se propusieron una serie de definiciones estadísticas sobre turismo interno e internacional y una clasificación de actividades turísticas, ambas interrelacionadas con otras estadísticas internacionales. Además, se planteó la necesidad de desarrollar un sistema de información del turismo integrado en el Sistema de Cuentas Nacionales – una cuenta satélite de turismo.
- 1.33. De igual modo, el Comité de Turismo de la OCDE trabajó para que se reconociera de antemano el ámbito, naturaleza y papel que juega el turismo en las economías de la OCDE y demostrar la necesidad de dicha información en el proceso de toma de decisiones políticas. Desde 1985, la OCDE ha estado trabajando en la integración del turismo dentro de instrumentos estadísticos más amplios, tales como el SCN. En el desarrollo del Manual de las Cuentas Económicas de Turismo,<sup>7</sup> la OCDE examinó varios de los problemas más espinosos relacionados con la evaluación del turismo, como la aproximación de oferta y consumo, y el tratamiento de los paquetes turísticos.
- 1.34. Mención especial merece Statistics Canada, que presentó en la Conferencia de Ottawa un plan para establecer un método fiable y comparable para valorar las actividades económicas turísticas en relación con otras ramas de actividad de una economía nacional, desarrollar un marco para relacionar de forma organizada y consistente otros datos importantes relativos a las actividades turísticas, y asegurar los medios para un acceso "amistoso" a las bases de datos por parte de los usuarios potenciales. El plan de Statistics Canada se basaba en un proyecto para examinar la viabilidad de la aplicación de los principios de la contabilidad satélite a la industria del turismo, que formaba parte del Grupo de Trabajo Nacional Canadiense sobre Datos de Turismo (1984-1986). El informe sobre la cuenta satélite de turismo propuesta se emitió en mayo de 1987 momento en que la OMT estaba comenzando a desarrollar sus ideas sobre las directrices internacionales para una cuenta satélite de turismo.

**B.2. 1991-1999: las iniciativas que llevaron a la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, Niza, 15-18 de junio de 1999**

- 1.35. Tras la Conferencia de Ottawa, no sólo una gran parte de las iniciativas presentadas comenzaron a materializarse, sino que también se incrementa el número de países que desarrollan una CST. Además de los Gobiernos, también el sector privado se suma a este proceso.

- 1.36. En 1994 las Naciones Unidas y la OMT publicaron las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo.<sup>8</sup> Las Recomendaciones comprenden: a) las recomendaciones sobre estadísticas de turismo<sup>9</sup> propuestas por la OMT como continuación a la Conferencia de Ottawa, y b) la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (CIUAT).<sup>10</sup> Ambas clasificaciones fueron adoptadas por la Comisión de Estadística en su vigésimo séptimo período de sesiones.<sup>11</sup> Algunas de las definiciones y clasificaciones de las Recomendaciones de 1994 deberán adaptarse a los principios de la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual.
- 1.37. Por parte de la OCDE, la recopilación de datos y el análisis de las cuentas económicas del turismo (CET) comenzaron en 1992; desde entonces las CET constituyeron un instrumento útil para la orientación de las políticas. La OCDE proporciona, a los países miembros, una orientación permanente sobre cómo desarrollar cuentas comparables internacionalmente, utilizando los principios de la contabilidad nacional, y adoptando un enfoque integrado que favorezca la vinculación del turismo con otros importantes aspectos económicos del turismo, en particular con el empleo. En concreto, en 1997, el Comité de Turismo de la OCDE redactó una primera propuesta de cuenta satélite de turismo para los países de la OCDE.
- 1.38. También la Oficina de Estadística de la Comunidad Europea (Eurostat) ha desarrollado numerosos programas y estudios sobre las estadísticas turísticas de la Unión Europea. Ha elaborado la metodología comunitaria para las estadísticas de turismo, compatible con las normas de la OMT / ONU, que se adapta a las necesidades específicas y al contexto de los Estados miembros de la Unión Europea (UE). Mención especial merece la Directiva del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo que fue aprobada en 1995;<sup>12</sup> esta Directiva tiene por objeto armonizar y perfeccionar los datos estadísticos que producen los Estados Miembros y constituye el primer acto jurídico establecido para crear un sistema integrado de información sobre la oferta y la demanda turística. Con ese fin Eurostat lleva a cabo la recogida periódica de datos (información mensual, trimestral y anual) y la difusión de estadísticas básicas de turismo. El ámbito de información de la directiva recoge:
- la capacidad de los alojamientos turísticos de uso colectivo;
  - el flujo de clientes en alojamientos turísticos colectivos (turismo interno y receptor);
  - la demanda turística para los dos mercados turísticos más importantes: viajes de vacaciones y de negocios (turismo interno y emisor).

- 1.39. Entre los países que han desarrollado cuentas satélites de turismo durante este período, destaca Canadá. En julio de 1994, se publicaron los primeros resultados de la CST desarrollada por Statistics Canada. Otros países, como República Dominicana (que aplicó una versión inicial de este marco conceptual, y posteriormente la adaptó a medida que las versiones fueron modificadas), Francia, Nueva Zelanda, México, Chile, Cuba, Polonia, Noruega, Singapur, Suecia y los Estados Unidos de América, han publicado recientemente sus CST, o han desarrollado un riguroso ejercicio piloto. Otros países, como Australia, Finlandia, India, Filipinas, Tailandia, la República de Corea, España y Suiza, harán lo mismo en un futuro próximo. En su gran mayoría, se trata de países miembros de la OCDE que se han aprovechado de los trabajos desarrollados por el Comité de Turismo de la OCDE en estos últimos años para el desarrollo de sus sistemas.
- 1.40. Dentro del sector privado, destaca el papel desarrollado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) por su aproximación a la cuantificación del impacto económico del turismo. Su metodología se centra en la cuantificación del impacto económico del consumo del visitante (viaje e industria turística) así como la demanda turística total (viaje y economía turística) a través de un modelo de simulación. La primera se limita al impacto directo del consumo del visitante sobre la producción. La segunda perspectiva considera los impactos, directo e indirecto, asociados con la inversión de capital, los gastos de las administraciones públicas y el comercio exterior, incluida la demanda adicional de bienes y servicios generada por los desplazamientos de personas alrededor del mundo (turismo mundial). La WTTC está a favor de un enfoque desde el lado de la demanda, con una definición global de su ámbito, vinculada a través de modelos económicos a los conceptos desde el lado de la oferta. Su investigación se basa en gran medida en técnicas de modelización económica.

**B.3. 1999-2000: el proceso seguido para la adopción de la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual por la Comisión de Estadística el 3 de marzo de 2000**

- 1.41. En septiembre de 1999, tres meses después de la celebración de la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo <sup>13</sup> de la OMT, de acuerdo con las resoluciones de la Conferencia Mundial de Niza, se constituyó el grupo de trabajo inter-Secretaría OMT-OCDE-Eurostat con el objetivo de establecer un marco conceptual común para el desarrollo del diseño metodológico de la CST.
- 1.42. El trabajo realizado por los tres secretariados dio como resultado un acuerdo sobre las modificaciones básicas a incorporar en el documento sometido por la OMT en diciembre de 1999, a la Comisión de Estadística para su consideración en el trigésimo primer período de sesiones titulado: "Proyecto de Cuenta satélite de turismo: Referencias metodológicas". <sup>14</sup> Los temas y cambios proyectados

que se acordaron se reflejaron en un documento de referencia presentado a la Comisión de Estadística por la OMT, OCDE y Eurostat.

- 1.43. En su trigésimo primer período de sesiones, la Comisión de Estadística refrendó <sup>15</sup> el proyecto de documento, con sus enmiendas, el cual constituye el contenido de las Recomendaciones sobre el marco conceptual. Como resultado de este proceso, cada una de las organizaciones acordaron que ahora se encuentran en disposición de promover la implantación de la CST en sus respectivos países miembros.

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

- 1.44. El Capítulo 1 de la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual presenta una introducción general a las recomendaciones. Expone las razones para el desarrollo de las recomendaciones, sintetiza los aspectos técnicos, destaca la utilidad de la aplicación de este nuevo instrumento estadístico y presenta una breve historia del proceso que condujo a la edición de las presentes recomendaciones.
- 1.45. El Capítulo 2 “La perspectiva de la demanda: conceptos y definiciones” comienza por analizar la unidad básica de observación, “el visitante”, y establece una serie de indicaciones para la correcta aplicación de los conceptos de consumo por parte del visitante, dónde el gasto en efectivo del consumo final del visitante (su componente principal) corresponde al término “gasto del visitante”, tradicionalmente utilizado en el análisis del turismo. También se presentan en el capítulo 2 otros conceptos y definiciones precisadas en la CST tales como, la definición y evaluación del consumo del visitante, lugar donde se realiza el consumo del visitante, y casos especiales como los servicios de alojamiento proporcionados por segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos, y los servicios proporcionados dentro de los hogares en beneficio de sus miembros.
- 1.46. Los párrafos restantes del capítulo 2 especifican los contenidos de los tres componentes que conforman la demanda turística total generada por esta atención al visitante. El consumo turístico interior constituye el agregado central utilizado para evaluar la importancia de la “demanda directa del visitante” en el país de referencia. No obstante, la demanda turística se puede concebir como un concepto mucho más amplio. En las presentes recomendaciones, se sugiere que el consumo del visitante podría ser complementado por otros componentes de la demanda, tales como el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo turística, para constituir un agregado de la demanda ampliada identificado como “Demanda turística total”.
- 1.47. El Capítulo 3 “La perspectiva de la oferta: conceptos y definiciones” se centra en la oferta de bienes y servicios a los visitantes, definiendo las actividades productivas y los productos que constituirán el núcleo del análisis, y las variables

económicas relevantes asociadas con la oferta. El análisis del turismo desde un punto de vista de la oferta se centra en las unidades de producción del mismo tipo que las utilizadas en las tablas de origen y destino del SCN 1993, a saber, los establecimientos. Bajo la perspectiva funcional, el SCN 1993 define la “rama de actividad” como “un reagrupamiento de establecimientos dedicados a la misma clase de actividad productiva”. De acuerdo con esta definición, el conjunto de actividades características del turismo no conforma una rama de actividad única, sino que este conjunto, incluye un número de clases de “ramas de actividad” en el sentido tradicional. Consecuentemente, la CST define las “industrias turísticas” como todos los establecimientos cuya actividad productiva principal es una actividad productiva característica del turismo. Asimismo, se consideran casos especiales, tales como las agencias de viajes y los tour operadores.

- 1.48. El Capítulo 4 “Tablas, cuentas y agregados” es el componente central del diseño metodológico de la CST e incluye un conjunto de 10 tablas. Las tablas provisionales propuestas en este documento utilizan una agregación determinada de los productos y actividades características del turismo y se presentan en su secuencia normal de compilación.
- 1.49. Varios párrafos del capítulo 4 hace especial referencia al procedimiento a utilizar en la elaboración de las tablas con el fin de, por un lado, reflejar la coherencia establecida en los capítulos 2 y 3 entre los conceptos, definiciones y clasificaciones, y, por otro lado, destacar aquellos aspectos que se consideran más importantes.
- 1.50. Los Anexos (I a V) se refieren a las clasificaciones a utilizar de productos y actividades característicos, y sus correspondencias con otras clasificaciones internacionales existentes (el SCN 1993, la Clasificación Central de Productos (CCP), Versión 1.0,<sup>16</sup> la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) Revisión 3<sup>17</sup> y la CIUAT). Contienen una lista de productos específicos del turismo, una lista de productos característicos del turismo y una introducción general al módulo de empleo de la OCDE, una propuesta de clasificación de activos fijos producidos para utilizar en la presentación de los datos de la formación bruta de capital fijo turística, y un breve análisis de la relación existente entre la CST y el SCN 1993. Una bibliografía y un índice cierran esta publicación.

---

## **Notas**

<sup>1</sup> Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo Monetario Internacional, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Naciones Unidas y Banco Mundial, *Sistema de Cuentas Nacionales*, 1993 (Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington D.C., 1993).

<sup>2</sup> Véase *ibíd.*, cap. XXI.

- 
- <sup>3</sup> Véanse las “Resoluciones de la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo” (Organización Mundial del Turismo, 1991).
- <sup>4</sup> Véanse los *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 62º periodo de sesiones, Suplemento No. 2* (E/5910), párr. 74.
- <sup>5</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.78.XVII.6.
- <sup>6</sup> *Ibíd.*, No. de venta: 69.XVII.3.
- <sup>7</sup> París, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 1991.
- <sup>8</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta E.94.XVII.6.
- <sup>9</sup> *Ibíd.*, primera parte.
- <sup>10</sup> *Ibíd.*, segunda parte.
- <sup>11</sup> *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, Suplemento No. 6 (E/1993/26)*, párr. 154.
- <sup>12</sup> Véase el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, No. L 291 (6 de diciembre de 1995).
- <sup>13</sup> Véase Organización Mundial del Turismo, *Evaluación de la incidencia económica del turismo* (CD-ROM).
- <sup>14</sup> Statistical Papers, Serie F, No. 80 (PROV/ST/ESA/STAT/SER.F/80).
- <sup>15</sup> Véanse los *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 2000, Suplemento No. 4* (E/2000/24), párr. 18.
- <sup>16</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta E.98.XVII.5.
- <sup>17</sup> *Ibíd.*, No. de venta E.90.XVII.11.

## **Capítulo 2 La perspectiva de la demanda: conceptos y definiciones**

- 2.1 El “turismo” comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo 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. El término “actividad de las personas” se emplea aquí en su más amplio sentido como una ocupación específica individual y no como un término abreviado de “actividad económica productiva”, tal y como se utiliza, por ejemplo, en la CIIU Rev. 3.<sup>1</sup> En el caso del turismo, las “actividades de las personas” hacen referencia a las ocupaciones de las personas que se califican como “visitantes”.
- 2.2 Dado que estas actividades son numerosas y tienen implicaciones en un amplio conjunto de circunstancias, el estudio del turismo se puede abordar desde diversas perspectivas como, por ejemplo, desde su efecto sobre el medio ambiente, sobre la cultura local, sobre el paisaje, sobre la infraestructura, etc. La CST, en primer lugar, está interesada en el efecto del turismo sobre la oferta y demanda de bienes y servicios, sobre el nivel general de la actividad económica y sobre el empleo. El punto de partida para este análisis económico es la consideración de la actividad de los visitantes como una actividad de consumo en un sentido amplio, la cual constituye el núcleo de los aspectos económicos del turismo, posteriormente, otros elementos complementarán esta perspectiva.
- 2.3 Dado que el turismo se define como la actividad de “las personas”, el primer paso es identificar claramente quiénes son estas personas, porque ellas constituyen el centro del estudio del turismo, tras lo cual, se presentarán los diferentes componentes de la demanda turística.

### **A. Los visitantes**

- 2.4 Las personas a las que se hace referencia en la definición de turismo se denominan “visitantes”: “toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por un período de tiempo inferior a 12 meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado” (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 20).
- 2.5 Muchas, e incluso la mayoría, de las actividades económicas del turismo en un país suceden mientras los visitantes se encuentran viajando. Sin embargo, la CST también incluye la actividad de consumo por parte de los posibles visitantes en previsión de sus viajes (tales como adquisiciones de equipos para acampamentos o el seguro del viaje), o por parte de los visitantes una vez que hayan regresado a casa (como el revelado de fotos realizadas durante el viaje). Las viviendas de vacaciones y otras segundas viviendas también pueden generar actividad económica de interés para la CST que tiene lugar incluso sin que los visitantes se encuentren viajando.

## A.1. Entorno habitual

- 2.6 El entorno habitual, necesario para distinguir un visitante del resto de los viajeros de una localidad, es difícil de definir en términos precisos. Hablando en términos generales, corresponde a los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza en su vida cotidiana. Como se establece en las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, el entorno habitual de una persona consiste en los alrededores de su hogar y de su lugar de trabajo o centro de estudios y otros lugares visitados frecuentemente. Tiene dos dimensiones:
- frecuencia: lugares que son visitados frecuentemente por una persona (o de forma rutinaria) se consideran que forman parte de su entorno habitual incluso aunque estos lugares se puedan encontrar a una distancia considerable de su lugar de residencia;
  - distancia: lugares situados próximos al lugar de residencia de una persona, también forman parte de su entorno habitual incluso si los lugares actuales son raramente visitados.
- 2.7 Las organizaciones nacionales de estadística pueden desear establecer las fronteras del entorno habitual en términos estadísticos, en función de la distancia recorrida, la frecuencia de las visitas, o los límites formales de localidades u otras unidades territoriales administrativas.
- 2.8 Es importante señalar que si el lugar visitado no forma parte del entorno habitual de una persona (el visitante), en ese caso esa persona no es considerada uno de los “consumidores residentes” habituales del lugar. Por definición, su visita a dicho lugar generará un gasto adicional en este lugar, a añadir al generado por los consumidores residentes. Este gasto adicional proporciona la base de la actividad económica generada por el turismo y, por consiguiente, la creación de la CST.
- 2.9 Por último, el concepto de entorno habitual es un concepto económico y no tiene nada que ver con circunstancias legales: extranjeros que residan en un país en situación ilegal, sin embargo, tienen su entorno habitual dentro de sus fronteras. Por otro lado, un permiso legal para residir en un lugar no significa que este lugar constituya de forma efectiva para esta persona su entorno habitual.

### A.1.1 Entorno habitual y residencia

- 2.10 Los conceptos de entorno habitual, tal como viene definido en las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, y el de residencia, tal como se utiliza en el SCN 1993 y en la quinta edición del Manual de la Balanza de Pagos,<sup>2</sup> no son sinónimos. El lugar donde un individuo trabaja forma claramente parte de su entorno habitual pero no necesariamente constituye su lugar de residencia.

- 2.11 En general, en las estadísticas de población, la residencia es una característica inherente a los hogares, mientras que en las estadísticas de turismo el entorno habitual es una característica inherente a los individuos, cada uno de los cuales forma parte de un único hogar. Dos individuos que formen parte del mismo hogar, necesariamente tienen la misma residencia aunque pudieran tener diferentes entornos habituales.
- 2.12 Partiendo de estos amplios conceptos, se han establecido determinados acuerdos turísticos que son aplicables dentro de la CST. Estos acuerdos incluyen:
- En el traslado diario al centro de trabajo, de acuerdo con la definición de OMT/Naciones Unidas, se considera que existe desplazamiento pero no una actividad de turismo (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo Primera Parte, párr. 22);
  - Si un individuo abandona su lugar de residencia, con la intención de establecer su residencia en un nuevo lugar, no se debería considerar como visitante de este nuevo lugar, incluso aunque aún no haya residido allí durante un año. Este nuevo lugar pasa a formar parte de su nuevo entorno habitual;
  - Si un individuo ha estado presente en un lugar durante más de un año, este lugar se considera parte de su entorno habitual. Por tanto, no se puede considerar visitante en este lugar, aunque podría no ser un residente de este lugar en el sentido económico o legal de la palabra.
- 2.13 Los estudiantes que viajan al extranjero, incluso por un período de tiempo superior a un año, pero que todavía dependen económicamente de sus familias, forman parte del hogar de sus familias. Consecuentemente, siguen siendo residentes del lugar donde este hogar tiene su centro de interés económico, aunque su entorno habitual es también su universidad y el lugar donde viven. Las personas enfermas internadas en un hospital, u otro centro similar, alejados de su residencia original durante un período de tiempo superior al año, forman parte del hogar del cual provienen si se mantiene una dependencia económica con ese hogar, incluso aunque ahora su entorno habitual incluya el hospital donde permanecen. Se puede decir lo mismo de personas que cumplen una larga sentencia en prisión. Todos estos tipos de personas no son visitantes en aquellos lugares donde ahora residen. No obstante, si otros miembros de sus hogares de donde proceden se desplazan y les visitan, entonces, éstos son visitantes en dichos lugares.

### A.1.2. Entorno habitual y segundas viviendas

- 2.14 Para cada hogar existirá una vivienda que, estadísticamente, será considerada como la vivienda principal y residencia de este hogar. El resto de viviendas (alquiladas o en propiedad) ocupadas por un hogar, serán consideradas segundas viviendas.
- 2.15 Esta vivienda, para ser considerada como segunda vivienda, debe reunir una o más de las siguientes características:
- constituye el entorno habitual de uno o más miembros del hogar pero sin ser la vivienda principal del hogar;
  - es una casa de vacaciones, es decir, es visitada por uno o más de los miembros del hogar, para recreo, vacaciones u otras actividades diferentes del ejercicio de una actividad remunerada en ese lugar;
  - es visitada ocasionalmente por uno o más miembros del hogar por razones de trabajo.
- 2.16 A efectos del análisis del turismo, es importante identificar si la visita a una segunda vivienda por un miembro de un hogar se puede considerar como una actividad turística. Por definición, cualquier miembro del hogar que visita una segunda vivienda que no constituye su entorno habitual se considera visitante en esa segunda vivienda. Esta situación se produce cuando se trata de una visita a la segunda vivienda por ocio o recreo, siempre que la segunda vivienda no constituya su lugar de trabajo, ni el lugar desde donde se desplaza regularmente a su centro de trabajo, o siempre que el motivo de la visita sea distinto al de llevar a cabo una actividad remunerada.
- 2.17 Una segunda vivienda puede estar ubicada, bien en la misma economía nacional que la residencia de la unidad familiar, o bien, en una economía diferente.

### **A.2 Duración de la estancia**

- 2.18 Para que un viajero sea considerado en una localidad vinculado a la actividad del turismo, su estancia en el lugar visitado debe ser inferior a un año. Como ya se ha explicado anteriormente, cuando un visitante permanece en un lugar por un período de tiempo superior a un año, este lugar forma parte de su nuevo entorno habitual y deja de ser considerado como visitante en él. Por otro lado, aquellos que realicen cursos o estancias de corta duración (cursos de verano, campamentos de verano, tratamientos médicos de corta duración...) se consideran visitantes en la localidad visitada.

- 2.19 Existen dos clases de visitantes: turistas, los cuales permanecen una o más noches en el lugar visitado; y excursionistas, que visitan un lugar sin pernoctar en él.
- 2.20 La mayoría de los excursionistas son normalmente visitantes internos (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 28), no obstante, también existen casos de excursionistas internacionales. Para algunos países, el consumo que realizan los excursionistas puede constituir una cantidad importante del consumo del visitante.
- 2.21 Una categoría específica de visitantes que concierne tanto a los visitantes internacionales como a los internos y tanto a excursionistas como a turistas, son los visitantes en tránsito. Los visitantes en tránsito no regresan a sus lugares de origen de forma inmediata, sino que realizan una parada en la localidad o país de referencia en su camino hacia un destino diferente. Se incluyen tanto aquellos visitantes que se encuentran legalmente en tránsito ya que permanecen en una zona de tránsito, por tanto no entran de forma efectiva en el país en el sentido de administración de aduanas (situación asociada normalmente a visitantes que llegan por vía aérea), así como a aquellos visitantes que cruzan una localidad o el territorio de un país dirigiéndose a un destino diferente (principalmente viajan por carretera o ferrocarril). En general, los visitantes en tránsito serán excursionistas, aunque en algunos casos los visitantes en tránsito que pernocten en el país de referencia pueden resultar más importantes. La identificación de los visitantes en tránsito, o de subcategorías de los mismos, puede resultar de interés en algunas circunstancias, tanto en términos numéricos como por sus impactos económicos.

### **A.3. Motivo de la visita**

- 2.22 En el lenguaje popular, los turistas son personas que viajan por motivos de ocio, recreo y vacaciones. Sin embargo, las definiciones de visitantes y de turistas utilizadas en la CST son mucho más amplias e incluyen a todos aquellos que viajan o visitan un lugar con una finalidad diferente a la de “el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 20). Este requisito está sujeto al concepto de entorno habitual, que refleja el área donde una persona normalmente vive y trabaja. En consecuencia, un viajero por motivos de negocio o comerciales puede, o no, ser considerado como turista, según el lugar donde es remunerado y cómo desarrolla su actividad.
- 2.23 De acuerdo con el motivo principal de su visita, los turistas y excursionistas se pueden clasificar en las siguientes categorías (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 44):
- Ocio, recreo y vacaciones.
  - Visitas a parientes y amigos.

- Negocios y motivos profesionales.
- Tratamientos de salud.
- Religión, peregrinaciones.
- Otros motivos.

Sin embargo, en las tablas propuestas en la Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, no se utiliza la clasificación por motivos.

#### A.4. Clasificación de los visitantes

2.24 Los países pueden desear una mayor desagregación y tipificar sus mercado, en función de características añadidas de los visitantes y sus viajes.

2.25 Se consideran dos categorías particulares (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 28 y 33):

- **Visitantes internacionales**, cuyo país de residencia es diferente del país visitado; estos visitantes internacionales también incluyen a los nacionales que residen permanentemente en el extranjero; éstos pueden representar un importante segmento del mercado, con características especiales;
- **Visitantes internos**, cuyo país de residencia es el país visitado; pueden ser nacionales de este país o extranjeros.

2.26 Se debe señalar que, dado que la residencia inherente a un visitante puede diferir de su entorno habitual, no todos los viajeros internacionales necesitan cruzar físicamente la frontera geográfica de un país para ser considerados visitantes. Este es el caso del personal militar en activo destinado en una base fuera de su país de residencia, y de los diplomáticos y su familia (SCN 1993, párr. 14.19). La embajada o el consulado de un país se considera que constituye una extensión física y legal de ese país sin tener en cuenta donde esté ubicada. En consecuencia, cuando un diplomático o su familia o el personal, se desplaza a un lugar dentro del país de destino, bajo esa circunstancia se le considera un visitante internacional y no cuando entra en el país anfitrión.

2.27 Dichas distinciones, exigidas para el tratamiento consistente de las actividades del visitante dentro de los acuerdos de las estadísticas del turismo y de las cuentas nacionales pueden, sin embargo, generar una discrepancia (pequeña) entre los registros por conteos en fronteras de visitantes internacionales y el número de dichos individuos que participa realmente en la economía nacional como visitantes.

## **B. Consumo del visitante**

### **B.1. Definición del consumo del visitante**

- 2.28 Las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo proponen que “el consumo turístico, excepto en la parte correspondiente al consumo intermedio de las empresas, se ajustará por tanto al concepto de consumo final de la contabilidad nacional, sin considerar el tipo de consumidor”. Las presentes recomendaciones sobre CST siguen en gran medida esta definición general, pero proporcionan una cantidad importante de detalles sobre los principales asuntos fronterizos asociados con el consumo del visitante. El objetivo de las secciones siguientes es aportar claridad sobre la definición ampliamente conocida de consumo del visitante como “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino” (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 84 y 85).
- 2.29 El consumo del visitante se plantea en relación con las definiciones de las cuentas nacionales con el fin de asegurar una estrecha relación entre la CST y las normas internacionales de las cuentas nacionales, tal como se definen en el SCN 1993. No obstante, cuando las cuentas nacionales facilitan pocas directrices, muchas decisiones sobre el tratamiento de cuestiones relacionadas con el turismo son específicas.
- 2.30 Antes de analizar las cuestiones específicas, se deben realizar dos importantes puntualizaciones generales:
- en primer lugar, el consumo individual es una actividad llevada a cabo por las personas, los hogares a los que pertenecen y por las empresas, por las unidades gubernamentales y por las instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares (ISFLSH) a la hora de producir bienes y servicios. De la misma forma que el visitante es el núcleo de la actividad turística, el consumo realizado por el visitante es el núcleo de la evaluación económica del turismo. El visitante se considera como un tipo particular de unidad de consumo, que se diferencia de otros hogares por el hecho de que se encuentra fuera de su entorno habitual y de que viaja o visita un lugar por un motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado; pero, por otro lado, se comporta como un consumidor normal, por tanto, también se deberían considerar relevantes para los visitantes las características de la actividad de consumo descritas en el SCN 1993;
  - en segundo lugar, la medición del consumo del visitante se complica por el hecho de que un singular tipo de transacción está sujeta a ser incluido o excluido del consumo del visitante por la naturaleza del agente que realiza la transacción (visitante o no visitante).

## **B.2. Consumo final de los hogares en el SCN 1993**

- 2.31 El SCN 1993 define una serie de conceptos asociados con el consumo final de los hogares. Presenta diferencias entre los conceptos de: gasto en consumo de bienes y servicios, gasto en consumo final de los hogares y consumo final efectivo de los hogares. Para ello, tiene en cuenta las particularidades de los llamados “servicios individuales no de mercado” para los cuales se pueden identificar los beneficiarios individuales. A este respecto, el SCN 1993 admite la diferencia entre la unidad institucional que paga por los servicios y la unidad institucional que se beneficia de él, y propone una forma de transferir el consumo de una unidad a otra.
- 2.32 Los gastos se definen como los montos que los compradores pagan, o convienen en pagar, a los vendedores a cambio de los bienes o servicios que éstos suministran a los propios compradores o a otras unidades institucionales designadas por los compradores.
- 2.33 “Un bien o servicio de consumo se define como un bien o servicio que se utiliza (sin una transformación ulterior en producción, como está definida en el Sistema) por los hogares... para la satisfacción directa de las necesidades o deseos individuales (SCN 1993, párr. 9.4). A efectos de construir una frontera del consumo, las cuentas nacionales excluyen la mayoría de los servicios producidos por el hogar tales como la preparación de comidas. Los alimentos adquiridos para las comidas se consideran como un bien de consumo, puesto que no existe posterior transformación (económica) y, por tanto, posterior consumo. Por la misma razón, la gasolina adquirida para el automóvil del hogar también se considera un bien de consumo, ya que no se añade un servicio al uso de un automóvil por cuenta propia por un hogar.
- 2.34 El gasto en consumo final de los hogares recoge “los gastos, incluidos los imputados, realizados por los hogares residentes en bienes y servicios de consumo individuales, incluidos aquellos que se venden a precios económicamente no significativos” (SCN 1993 párr. 9.94). El gasto en consumo final excluye el gasto en activos fijos como las viviendas y objetos de valor. El gasto imputado se refiere al valor de la producción de bienes por los hogares para su propio uso final, o cualquier otra transferencia u operación en especie entre unidades institucionales, excepto las transferencias sociales en especie. Los bienes y servicios recibidos del empresario como remuneración en especie se incluyen dentro del gasto en consumo final de los hogares. Asimismo, se incluye el valor de los servicios proporcionados por las viviendas ocupadas por sus propietarios. No obstante, en general, no se realiza ninguna imputación para otros tipos de servicios por cuenta propia.
- 2.35 A pesar de que esto define un primer agregado importante, el “Gasto de consumo final de los hogares”, se señaló anteriormente que el consumo efectivo no necesariamente es acometido por la persona que incurre en el gasto. En el SCN 1993 se observa que existen muchos servicios consumidos por los hogares que,

de hecho, son pagados por la administración o por las ISFLSH. Para lograr una evaluación más precisa del consumo, el SCN 1993 ha desarrollado los conceptos de servicios individuales y colectivos no de mercado. Los servicios individuales no de mercado son aquellos servicios producidos por las Administraciones públicas o por las ISFLSH que pueden ser directamente consumidos por los individuos (tales como sanidad y educación). Los servicios colectivos no de mercado únicamente son proporcionados por las Administraciones públicas y consisten en bienes públicos más generales tales como la defensa, sistemas jurídicos y políticas públicas. Desde una perspectiva turística es relevante señalar que la existencia de un servicio individual no de mercado requiere la identificación de una clara correspondencia entre el proveedor del servicio y un individuo.

2.36 A partir de estos conceptos de servicios individuales y colectivos no de mercado surgen las nociones de consumo colectivo e individual. El total del consumo individual incluye, además del gasto de consumo final de los hogares, el consumo de los servicios individuales no de mercado producidos por las Administraciones públicas y las ISFLSH. La transferencia de estos servicios individuales no de mercado al consumo de los hogares se refleja en el SCN 1993 como transferencias sociales en especie. Las transferencias sociales en especie consisten en:

- las prestaciones de la Seguridad Social y prestaciones de asistencia social proporcionadas en especie, es decir, en forma de un bien, servicio o activo que no sea dinero en efectivo;
- otros servicios individuales proporcionados a hogares individuales por unidades gubernamentales o ISFLSHs. Estos engloban, fundamentalmente, la sanidad, la educación y los servicios sociales prestados gratuitamente a los individuos, o a precios muy bajos, que son económicamente no significativos.

2.37 La posibilidad de describir el consumo individual y colectivo en las cuentas nacionales, permite un tratamiento más comparable de las situaciones en las que las transferencias en especie tienen diferente importancia relativa. En algunos países, donde las Administraciones públicas proporcionan la enseñanza y la sanidad de forma gratuita o a costes muy bajos, la estructura y la importancia relativa del gasto en consumo final de los hogares sería extremadamente diferente de aquellos países en los que estos servicios tienen que ser adquiridos en el mercado o a precios de mercado. Al incluir estas transferencias sociales en especie se reduce, en gran medida, estas discrepancias en las estructuras y se mejora la comparabilidad entre países.

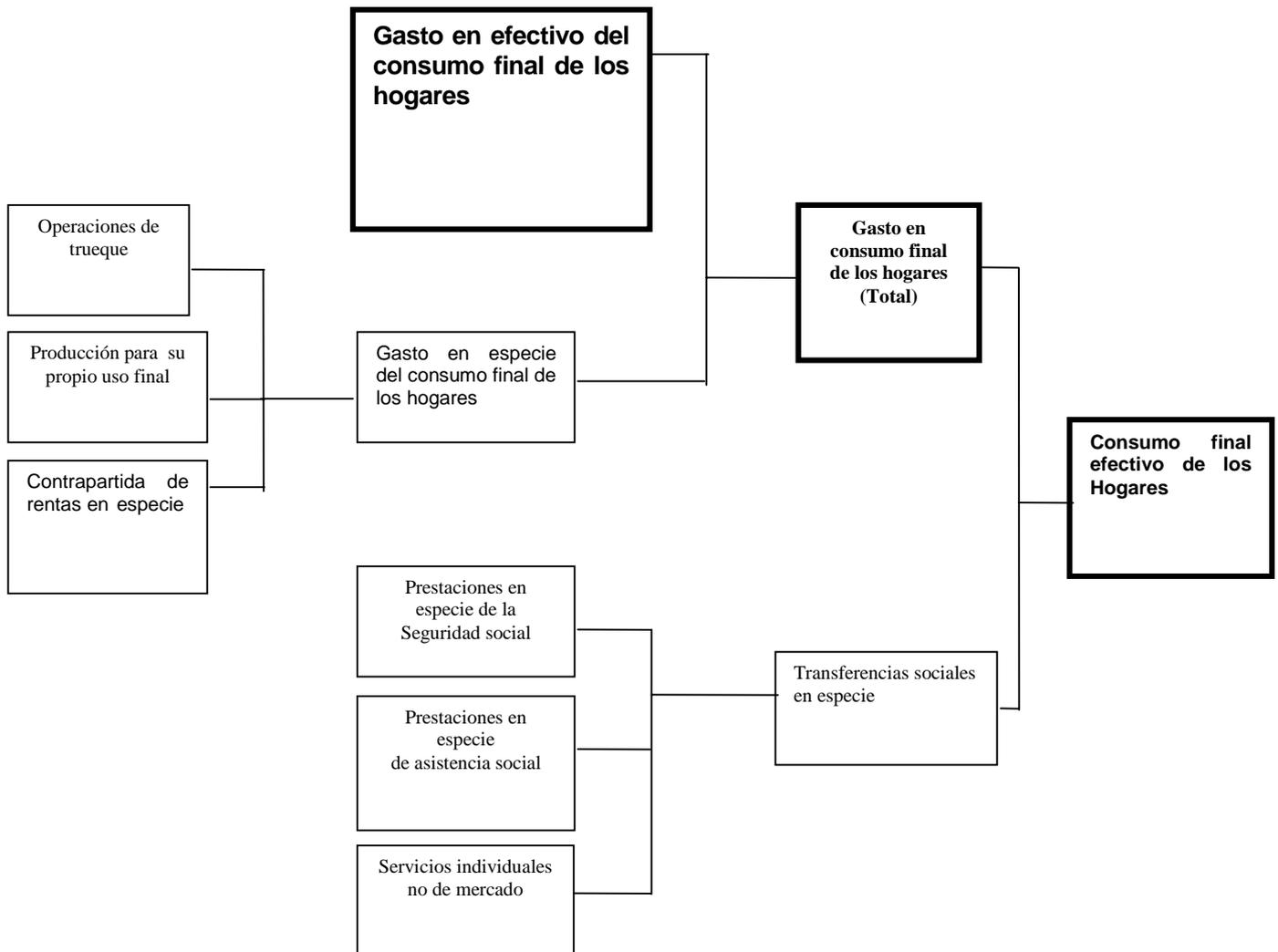
2.38 En consecuencia, el segundo agregado importante, el “Consumo final efectivo de los hogares”, se mide por el valor de todo el consumo individual de bienes y servicios adquiridos por los hogares residentes, que son los siguientes:

- aquellos adquiridos a través del gasto directo de los propios hogares o imputados a ellos (consumo para propio uso final u obtenido de otras unidades institucionales como transferencias en especie distintas de las transferencias sociales en especie), que se conoce como gasto en consumo final de los hogares;
- aquellos adquiridos como transferencias sociales en especie procedentes de ISFLSHs;
- aquellos adquiridos como transferencias sociales en especie procedentes de las Administraciones públicas.

El cuadro 2.1 resume estas relaciones entre los diversos términos de consumo.

## Cuadro 2.1

### Los componentes del consumo final efectivo de los hogares



### **B.3. El consumo del visitante de empresas, administraciones públicas y las ISFLSH**

- 2.39 La definición de visitantes abarca no sólo a las personas que se desplazan por vacaciones o por razones personales sino que también a aquellas que se desplazan por motivos de negocios. El consumo de estos visitantes puede ser abonado por las empresas, por las administraciones públicas o por las ISFLSH. En consecuencia, el consumo de estos visitantes está dentro del ámbito del consumo del visitante, incluso aunque este consumo no se considera gasto de consumo final efectivo de los hogares.
- 2.40 El consumo intermedio de las empresas, las administraciones públicas y las ISFLSH, como se considera en el SCN 1993, refleja que el consumo forma parte del proceso de producción de un bien o servicio. En el caso de las administraciones públicas y las ISFLSH, las transacciones se registran de forma diferente ya que, por convenio, la contabilidad nacional estima su producción mediante la suma de sus costes, que se consideran como consumo final de las administraciones públicas y de las ISFLSH.
- 2.41 En términos del ámbito del consumo, el concepto de transferencias sociales en especie no se aplica al consumo de las empresas, de las administraciones públicas o de las ISFLSH, puesto que el ámbito del consumo no es tan amplio como en el caso de los hogares. Otra diferencia respecto al ámbito reside en que los pagos de los empresarios, de sueldos en especie o en efectivo, no forman parte del consumo intermedio de las empresas. En su lugar, esto se considera en las cuentas de los empresarios como remuneración de los asalariados.

### **B.4. Ámbito y los componentes del consumo del visitante**

- 2.42 El ámbito del consumo del visitante se puede determinar a partir de estas definiciones de consumo final efectivo de los hogares, consumo intermedio de las empresas y consumo final de las administraciones públicas y de las ISFLSH, que se presentan en el SCN 1993. Se pueden señalar tres puntualizaciones principales:
- el consumo del visitante incluirá el consumo de los visitantes por motivos de negocios, ocio y otros motivos turísticos;
  - el consumo del visitante incluirá los servicios individuales producidos por las administraciones públicas y las ISFLSH y consumidos por los visitantes;
  - el consumo del visitante incluirá diferentes formas de consumo en especie.

2.43 Estas consideraciones llevan a calificar el consumo del visitante como el concepto básico del enfoque de la demanda; sus componentes son los siguientes:

- el gasto en efectivo del consumo final del visitante. Este siempre representa el componente más importante del total del consumo;
- gasto en especie del consumo final del visitante;
- transferencias sociales turísticas en especie;
- Gastos turísticos de las unidades productoras.

#### B.4.1. Localización del consumo del visitante

2.44 Existen diferencias en los conceptos de residencia que subyacen bajo las tradicionales categorías de las cuentas nacionales y que necesitan ser reguladas con el fin de adaptarse al turismo. Estas diferencias no alteran ninguno de los conceptos fundamentales listados anteriormente, aunque esto no significa que no sea necesario la precisa delimitación de las fronteras del consumo del visitante puesto que no están descritas en el SCN 1993. Los problemas relativos a la localización del consumo del visitante se abordan con detalle en los párrafos 2.60 a 2.67.

#### B.4.2. Ámbito de los productos del consumo turístico

2.45 En general, toda adquisición de bienes y servicios efectuada por un visitante, o a cuenta de un visitante, que el SCN 1993 consideraría como parte de su consumo efectivo, se incluye dentro de la frontera del consumo del visitante. No se excluye ningún bien o servicio de consumo por su naturaleza. Por tanto, en el primer nivel de determinación del ámbito de los productos, no se excluye ninguna transacción. No obstante, es necesaria alguna limitación sobre este ámbito; ésta se puede efectuar bien limitando directamente el ámbito de las productos y las transacciones, o bien, limitando el ámbito de las transacciones a una cierta categoría de los agentes que intervienen en las transacciones.

2.46 La primera regla general es que si un producto es adquirido por un visitante durante uno o más viajes, o como preparación de un viaje, se incluye. En el párrafo 2.54 se presentan más detalles sobre el momento de las adquisiciones y el ámbito de los productos en relación con un viaje.

2.47 Es importante realizar dos aclaraciones de carácter general. Primera, existen pagos, relacionados con un viaje, que los visitantes podrían realizar, que están excluidos del consumo del visitante por acuerdos del SCN 1993. Son aquellos que no se corresponden con la adquisición de bienes y servicios de consumo, tales como:

- el pago de tasas e impuestos no exigidos sobre los productos;
- el pago de intereses, (netos de servicios de intermediación financiera indirectamente medidos (SIFIM) correspondientes al visitante) <sup>3</sup> incluidos aquellos sobre gastos efectuados durante y para los viajes;
- la compra de activos financieros y no financieros, incluidos los terrenos, las obras de arte y otros objetos valiosos;
- todos los pagos de transferencias en efectivo, tales como donaciones a obras de beneficencia o a otros individuos y que no correspondan al pago por bienes o servicios.

2.48 Segunda aclaración: se excluye cualquier compra con fines comerciales, es decir, para reventa o utilización en el proceso de producción, o a cuenta del empresario realizada durante un viaje, por un visitante en un viaje de negocios (estas compras son consumos intermedios o formación bruta de capital fijo de la unidad de producción).

#### B.4.3. Bienes de consumo duraderos

2.49 Posiblemente, es más delicado el tratamiento de los bienes de consumo duraderos, definidos como bienes que “se pueden utilizar por motivos de consumo repetida o continuamente durante un período de un año o superior a un año, asumiendo una tasa normal o media de uso físico” (SCN 1993, párr. 9.38). Estos bienes requieren un tratamiento específico dentro de estas recomendaciones, puesto que se pueden adquirir en cualquier momento, durante los viajes, para los viajes, después de un viaje, o fuera del contexto de los viajes, y frecuentemente tienen múltiples usos.

2.50 En la CST, se consideran dos categorías diferentes de bienes de consumo duraderos:

- bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística; son utilizados casi exclusivamente en los viajes, tales como las maletas, el equipo para acampadas (tiendas, sacos de dormir, caravanas), los equipos de esquí y de buceo;
- bienes de consumo duraderos de finalidad múltiple; son aquellos utilizados en los viajes, pero también en el entorno habitual, tales como vehículos y cámaras fotográficas.

2.51 Aunque en estas recomendaciones no se formaliza una definición precisa de estos bienes de consumo duraderos, puede resultar razonable establecer, a efectos de comparaciones internacionales, una lista de bienes de consumo duraderos relevantes en el futuro.

2.52 Los bienes de consumo duraderos tendrán un tratamiento diferente de acuerdo al siguiente convenio;

- todos los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística serán incluidos, ya sean adquiridos durante un viaje, antes de un viaje, después de un viaje, o fuera del contexto de un viaje específico;
- los bienes de consumo duraderos de finalidad múltiple solamente serán incluidos si son adquiridos durante un viaje.

2.53 Es necesario realizar dos comentarios adicionales respecto a los bienes de consumo duraderos:

- En el caso de cualquier artículo de consumo duradero adquirido en un viaje pero posteriormente vendido a la finalización del viaje (por ejemplo, un coche), el valor que se debe considerar en el consumo del visitante es la diferencia entre el precio de adquisición original y el precio percibido por el visitante en la reventa, no teniéndose en cuenta los costes de utilización (no se considera, en dicho tratamiento, ninguna compra efectuada por motivos comerciales).
- Dado que los bienes de consumo duraderos adquiridos durante un viaje pueden ser de gran valor (como vehículos, barcos), algunos países pueden considerar importante identificar estos artículos y llevar a cabo análisis tanto que los incluyan como que los excluyan. No obstante, a efectos de las comparaciones internacionales, todas las adquisiciones efectuadas durante un viaje deberían ser incluidas en el consumo del visitante.

#### B.4.4. Momento de registro de las compras

2.54 Como se señaló en el tratamiento de los bienes de consumo duraderos, el momento de registro de las compras puede ser un asunto importante. La frontera del consumo del visitante, desde una perspectiva basada en el tiempo, es la siguiente:

- durante el viaje:
  - todo consumo de bienes y servicios, sin considerar su naturaleza, mientras se trate de un producto que el SCN 1993 considera que forma parte del consumo final efectivo de los hogares, incluidos:
    - todos los bienes de consumo duraderos adquiridos durante un viaje (excluidos aquellos con fines comerciales);
    - los gastos turísticos de los productores, dado que el ámbito de productos es el mismo para este grupo de gastos;

- antes de un viaje:
  - todo consumo de servicios efectuado antes de un viaje y, claramente relacionados con él (por ejemplo, vacunación, pasaportes, controles médicos);
  - todo consumo de bienes de poco valor adquiridos antes de un viaje, que se pretenden consumir durante el viaje, o bien, son adquiridos como regalos;
  - todas las adquisiciones de bienes de consumo duradero de finalidad únicamente turística;
- después de un viaje:
  - todo consumo de bienes y servicios adquiridos después de un viaje y, claramente relacionados con el viaje (como el revelado fotográfico);
- fuera del contexto de un viaje específico:
  - cualquier adquisición de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística.

#### B.4.5. Transferencias sociales turísticas en especie

2.55 En el planteamiento del consumo final de los hogares se observó que las nuevas normas contables nacionales contemplan un concepto de consumo de servicios individuales no de mercado proporcionados por unidades de las administraciones públicas o las ISFLSH. Estos servicios pueden ser consumidos por los visitantes y, por ello, las transferencias sociales en especie de las unidades gubernamentales y las ISFLSH, que constituyen el medio a través del cual se registra este consumo, se considera que forman parte del consumo del visitante. Algunos ejemplos de estos servicios individuales no de mercado, incluyen los servicios de salud proporcionados a los visitantes (por ejemplo, los balnearios), y actividades tales como las visitas a los museos, en los que el coste total no se puede atribuir completamente a los visitantes individuales (téngase en cuenta que el gasto de adquisición del billete de entrada a museos etc., se incluye en el consumo en efectivo del visitante). La característica fundamental, a la hora de identificar los servicios a incluir en esta categoría de consumo, es que exista una clara relación entre el visitante y el proveedor del servicio. Pueden existir algunas cuestiones de evaluación difíciles de superar a la hora de estimar esta parte del consumo del visitante.

#### B.4.6. Gastos turísticos de las unidades productoras

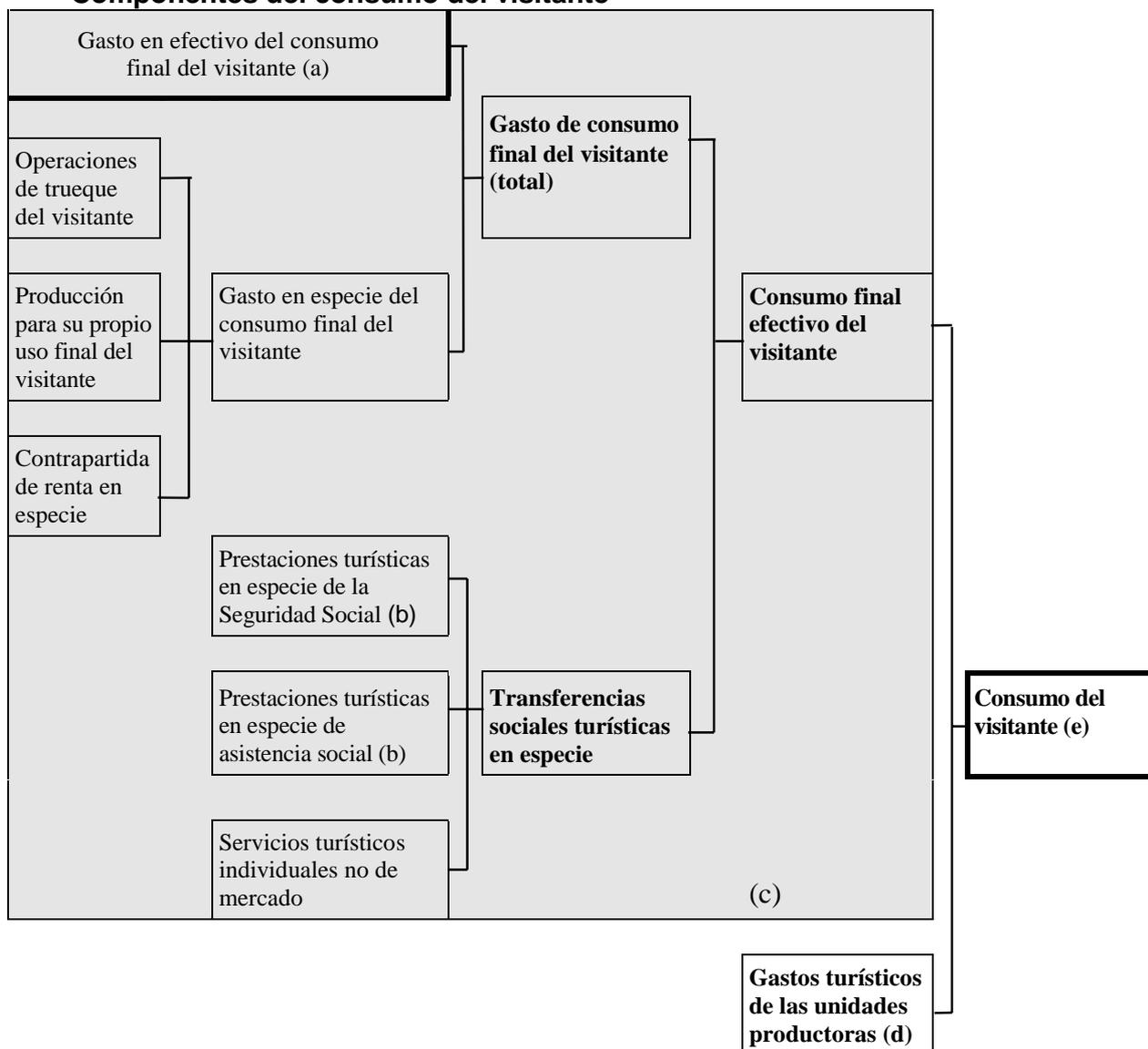
2.56 El ámbito de los gastos turísticos de las unidades productoras necesita cierta aclaración. Incluye aquellos gastos turísticos que se clasifican como consumo intermedio de las empresas, de las administraciones públicas y de las ISFLSH y no incluye otros gastos correspondientes a los asalariados en viajes de negocios pagados por las empresas, tales como pagos para comidas o cantidades globales que sufragan otros costes de sus viajes, que se consideran como

remuneración en especie o en efectivo. En consecuencia, los gastos turísticos de las unidades productoras, no representan el total del consumo de los visitantes durante sus viajes de negocios. No incluyen tampoco las transferencias sociales en especie proporcionadas por las administraciones públicas y por las ISFLSH que, por definición, no forman parte de sus consumos intermedios.

#### B.4.7. Resumen del consumo del visitante

- 2.57 Como se refleja en los párrafos anteriores, el consumo del visitante va mas allá de las compras realizadas por un visitante en un viaje. Comprenden éstas, así como todos los gastos en bienes y servicios de otras unidades institucionales a cuenta de los visitantes.<sup>4</sup> Si se transfiere dinero en efectivo o activos financieros al visitante para financiar su viaje, las compras financiadas por estas transferencias se incluyen en el consumo del visitante. El consumo de los visitantes incluye también todas las formas de transferencias en especie y otras operaciones en beneficio de los visitantes, que no sean dinero en efectivo o activos financieros proporcionados a los visitantes, sino bienes y servicios (por tanto, el consumo de servicios individuales no de mercado está incluido). Esencialmente, están dentro del ámbito, todas las transacciones en las que exista una relación directa entre el visitante y el productor/proveedor del bien o servicio.
- 2.58 Siguiendo la definición de consumo final efectivo de los hogares del SCN 1993 y la necesaria consideración de los gastos turísticos de las unidades productoras, el consumo del visitante se representa esquemáticamente en el cuadro 2.2. El esquema pretende explicar el ámbito del consumo del visitante y reflejar las relaciones con los conceptos de cuentas nacionales desarrollados previamente en el capítulo. En particular, la terminología utilizada ha sido seleccionada para mostrar los términos de las cuentas nacionales utilizados en el Cuadro 2.1.

**Cuadro 2.2.**  
**Componentes del consumo del visitante**



- (a) Éste siempre representa el componente más importante del consumo total del, o a cuenta del, visitante. Comprende lo que normalmente se entiende por “gasto del visitante”, no obstante el SCN 1993 obliga a utilizar términos definidos con más precisión. El término “en efectivo” no significa necesariamente un desembolso de “efectivo” sino que se refiere a todo gasto en consumo final de los visitantes, que no sea en especie.
- (b) El término “turístico” se refiere a las transferencias para fines turísticos dirigidas a quienes en el futuro podrán ser visitantes.
- (c) El área en gris representa la parte del consumo total de, o a cuenta de, los visitantes que corresponde estrictamente a la transposición a los visitantes (tanto residentes como no residentes) del concepto del SCN 1993 de consumo final efectivo de los hogares.
- (d) Incluye el gasto en transporte y alojamiento de los asalariados en viajes de negocios y los gastos realizados por las empresas, las administraciones públicas y las ISFLSH, a cuenta de los huéspedes fuera de su entorno habitual.
- (e) El consumo del visitante se refiere al consumo total de, o a cuenta de, los visitantes y también se podría, en consecuencia, denominar “demanda del visitante”.

2.59 Los gastos turísticos de las unidades productoras se incluyen en el cuadro puesto que se considera el ámbito completo; esta partida únicamente recoge el consumo de los visitantes en viajes de negocios considerados como consumo intermedio de las correspondientes unidades de producción; los otros gastos efectuados por los visitantes en viajes de negocios se pueden corresponder con cualquier otra categoría considerada en el cuadro.

### B.5. Lugar donde se realiza el consumo del visitante

2.60 Debería quedar perfectamente aclarado que mientras el consumo del visitante siempre hace referencia a personas que viajan o pretenden viajar fuera de su entorno habitual, la adquisición de bienes y servicios puede tener lugar en el entorno habitual del visitante, bien debido a la naturaleza del bien o servicio adquirido (por ejemplo, un billete de avión tiene que ser adquirido en el entorno habitual, incluso aunque se considere que es consumido en el viaje), o bien, porque podría llevarse a cabo antes o después del viaje y están claramente relacionados con él.

2.61 En consecuencia, determinar dónde tiene lugar el consumo del visitante a partir de la ruta o destino del viaje del visitante no es tarea fácil. Es importante localizar el consumo geográficamente con el fin de analizar su incidencia sobre el país de referencia. Esto es cierto cuando las cuentas se elaboran a nivel nacional, pero incluso más aún cuando se confeccionan a nivel subnacional. Sobre la base de los tipos y categorías de turismo, y teniendo en cuenta que el consumo es una actividad de los visitantes, se pueden obtener a partir de las diferentes formas de turismo los siguientes agregados para el consumo del visitante.<sup>5</sup>

|   |  |
|---|--|
| <b>Turismo interno:</b> es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia.                            | <b>Consumo Turístico Interno:</b> comprende el consumo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia.  |
| <b>Turismo receptor:</b> es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia.                        | <b>Consumo Turístico Receptor:</b> comprende el consumo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia y/o el facilitado por residentes.                           |
| <b>Turismo emisor:</b> es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia.                         | <b>Consumo Turístico Emisor:</b> comprende el consumo de visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia y el facilitado por no residentes.                               |
| <b>Turismo interior:</b> es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia. | <b>Consumo Turístico Interior:</b> comprende el consumo, tanto de visitantes residentes como de no residentes, en el territorio económico del país de referencia y/o el facilitado por los residentes. |

**Turismo Nacional:** es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

**Consumo Turístico Nacional:** comprende el consumo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.

- 2.62 El consumo turístico interno es el consumo efectuado por los visitantes residentes, en sus países de referencia. El destino final del visitante podría hallarse dentro o fuera del país de referencia, pero la actividad de consumo a la que se hace referencia tiene que tener lugar en el país de referencia. Podría incluir bienes o incluso servicios producidos en el extranjero, o por no residentes, pero vendidos en el país de referencia (bienes y servicios importados). Cabe señalar que esta definición es más amplia que la interpretación común del término “interno” en las estadísticas de turismo (que abarca a los residentes del país de referencia que se desplazan y permanecen en el país) y lo que aquí se define como consumo turístico interno, además incluye lo que tradicionalmente se identificaba como la parte interna del consumo turístico emisor.<sup>6</sup>
- 2.63 El consumo turístico receptor es el consumo efectuado por los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia. Se excluyen las compras que tienen lugar en otros países (para compras realizadas a través de agencias de viajes y tour operadores, véanse los párr. 4.16 y 4.19). Los bienes y servicios adquiridos en el país pueden haber sido importados.
- 2.64 El consumo turístico emisor es el consumo efectuado por los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia. No se incluyen los bienes y servicios adquiridos para el viaje, o después del viaje en el país de referencia (para compras realizadas a través de agencias de viajes y tour operadores, véanse los párr. 4.16 y 4.19). Cabe señalar que esta definición es menos amplia que la interpretación común del término “emisor” en las estadísticas de turismo (que abarca a residentes del país de referencia que se desplazan a otro país) y lo que aquí se define como consumo turístico emisor, excluye lo que tradicionalmente se identificaba como la parte interna del consumo turístico emisor.
- 2.65 El consumo turístico interior comprende todo el consumo, tanto por visitantes residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia. Equivale a la suma del consumo turístico interno y del consumo turístico receptor. Puede incluir bienes y servicios importados en el país de referencia y vendidos a los visitantes. Este agregado constituye la medición más completa del consumo del visitante en el país de referencia. Recoge la totalidad de los componentes señalados en el cuadro 2.2.
- 2.66 El consumo turístico nacional, comprende todo el consumo de los visitantes residentes dentro y fuera del territorio económico del país de referencia. Equivale a la suma del consumo turístico interno y del consumo turístico emisor. Estas

compras pueden incluir bienes y servicios producidos interiormente, bienes y servicios importados de productores no residentes.

- 2.67 Las presentes recomendaciones limitan su ámbito a las actividades de los visitantes en, al entrar, o al abandonar, el territorio económico del país de referencia. No se tendrán en cuenta las consecuencias sobre una economía dada, debidas al incremento del conjunto de los flujos de visitantes en todo el mundo, ya que dichos flujos no corresponden a desplazamientos dentro de, hacia, o desde, el territorio económico del país de referencia. Por ejemplo, el efecto del transporte directo de un visitante desde el país A al país B por una compañía aérea del país C no será registrado en la CST del país C porque el visitante no ha entrado ni abandonado el territorio económico del país C. De forma análoga, el incremento de la oferta de artículos de recuerdo u otros objetos producidos en una economía para ser vendidos en otra, no se considera dentro de la CST de la economía donde dichos bienes fueron producidos.

## **B.6. Casos especiales**

- 2.68 Bajo este apartado se toman en consideración algunos casos especiales relacionados con las actividades de turismo que inciden sobre la definición del consumo del visitante. Se consideran los siguientes casos: los servicios proporcionados dentro de un hogar, los servicios proporcionados por segundas viviendas ocupadas por sus propietarios, los servicios facilitados por las agencias de viajes, el tratamiento a seguir en los paquetes turísticos, y las dificultades especiales generadas por el tratamiento de los bienes en la CST.

### B.6.1. Servicios proporcionados dentro del hogar en beneficio de sus miembros

- 2.69 El concepto de producción utilizado en el SCN 1993 no incluye los servicios proporcionados por un hogar en beneficio de sus propios miembros, únicamente existen dos excepciones: la provisión de servicios de las viviendas ocupadas por sus propietarios, y la producción de servicios domésticos por el personal empleado remunerado. La CST adopta estos acuerdos y no considera como producción ni como consumo la prestación de servicios de transporte de la familia por cuenta propia (ejemplo: llevar a la familia en coche a un destino lejano), ni el servicio producido en la preparación de comidas (ejemplo: durante un viaje, preparar y servir comidas a la familia en un alojamiento).
- 2.70 Respecto a los servicios (excepto los servicios de provisión de vivienda) prestados gratuitamente por un hogar a los visitantes, miembros de otro hogar, de acuerdo con los principios del SCN 1993 y de la Balanza de Pagos, no se registra ningún servicio imputado. Sin embargo, el incremento en el consumo del hogar que resulta de la compra de bienes necesarios para proveer dichos servicios, o bien la compra directa de servicios a beneficio del visitante (una

invitación a un restaurante o a un espectáculo) se registra (cuando sea factible) como transferencia en especie, y, por consiguiente, como consumo del visitante.

#### B.6.2. Servicios de alojamiento proporcionados por segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos.

- 2.71 A efectos de la homogeneidad de tratamiento entre las viviendas alquiladas y aquellas habitadas por cuenta propia, el SCN 1993 recomienda imputar un servicio de provisión de vivienda por cuenta propia para todas las viviendas ocupadas por sus propietarios. Cuando este caso ocurre, los servicios de provisión de vivienda asociados a ella se estiman basándose, bien en las características de la vivienda, o bien, cuando existe un mercado de alquiler activo para unidades similares, en el alquiler medio de mercado efectivo para unidades similares.
- 2.72 Esta recomendación no sólo se aplica a la unidad de vivienda principal de un hogar, sino a todas las unidades de vivienda propiedad de los hogares; por tanto, también se aplica a las segundas viviendas y, a efectos de la CST, a aquéllas utilizadas con fines turísticos por cuenta propia o proporcionados de forma gratuita a los visitantes. Se debe imputar un servicio de provisión de vivienda, tanto como una actividad de producción para el propietario, como una actividad de consumo del visitante. Un visitante que percibe este servicio de forma gratuita, podría ser un miembro del hogar o un miembro de otro hogar. El servicio forma parte de la oferta turística y del consumo del visitante. No obstante, cabe señalar que el consumo de estos servicios debe tener lugar fuera del entorno habitual como se define en los anteriores párrafos 2.14 a 2.17. Por razones conceptuales, la producción propia de servicios de provisión de vivienda suministrados a visitantes dentro del hogar principal, se excluye del consumo del visitante.

#### B.6.3. Servicios de las agencias de viajes

- 2.73 A través de las agencias de viajes se venden al público una gran variedad de servicios asociados con el hecho de viajar, tales como transporte (incluido el alquiler de coches), alojamiento y los paquetes turísticos establecidos a través de un contrato o una comisión. Este papel de intermediario, entre el proveedor real de los servicios turísticos y el visitante, genera algunas complicaciones en la elaboración de la CST que serán tratados en el Capítulo 3 (véanse los párr. 3.37-3.45).

#### B.6.4. Paquetes turísticos

- 2.74 Los paquetes turísticos son productos complejos ofrecidos a los visitantes que combinan un conjunto de productos turísticos elementales, tales como transporte, alojamiento, servicios de alimentación y recreo. Un tratamiento homogéneo de los servicios turísticos adquiridos por separado, y de aquellos adquiridos dentro de dichos paquetes turísticos conlleva algunas características singulares que serán examinadas en profundidad en el Capítulo 3 (véanse los párr. 3.46-3.51).

#### B.6.5. Los bienes como componente del consumo del visitante

2.75 A pesar de que el consumo del visitante se concentra en los servicios, los visitantes adquieren bienes, antes, durante, o después de sus viajes, o fuera del contexto de un viaje específico. Un bien, cuando es adquirido por un consumidor final, puede considerarse económicamente como un artículo complejo que comprende no sólo el propio bien, sino también toda la cadena de servicios de distribución que lo han hecho disponible en el momento oportuno y en el sitio preciso con el fin de hacer posible la compra. El valor del consumo del visitante incluye tanto el valor del propio bien (a precios básicos), como los impuestos netos sobre los productos y los servicios de distribución vinculados a él (minorista, mayorista y transporte). No obstante, a la hora de evaluar la incidencia económica de la adquisición de bienes, se debe considerar detenidamente la naturaleza económica de los bienes y en el Capítulo 4 (véanse los párr. 4.81-4.102) se describen las cuestiones más relevantes.

### **C. Consumo Colectivo Turístico**

2.76 Dentro de los muchos servicios facilitados por las administraciones públicas, los servicios colectivos no de mercado desempeñan un papel particular, ya que su sentido es proporcionar la estructura básica y la organización de la vida social para que la comunidad nacional pueda desarrollar sus distintas actividades en armonía y de acuerdo a los principios que ha adoptado como propios.

2.77 En términos del SCN 1993, los servicios colectivos no de mercado tienen las características siguientes (SCN 1993, párr. 9.83):

- pueden suministrarse simultáneamente a cada uno de los miembros de la comunidad o a determinadas secciones de la misma, como una particular región o localidad;
- la utilización de estos servicios suele ser pasiva y no requiere un acuerdo explícito o una participación activa de todos los individuos implicados;
- la prestación de un servicio colectivo a un individuo no reduce el monto disponible para los restantes individuos de la misma comunidad o de una sección de la comunidad; es decir, no existe rivalidad en la adquisición.

2.78 En el caso del turismo, los servicios colectivos hacen referencia, entre otras cosas, a la provisión de legislación y regulación respecto al turismo, a la promoción del turismo por las administraciones públicas, al mantenimiento del orden público y la seguridad, y al mantenimiento de zonas públicas.

- 2.79 El SCN 1993 no permite la asignación del valor de los servicios colectivos al consumo de los hogares y, en consecuencia, crea una categoría específica, la de gasto de consumo colectivo de las administraciones públicas, que no es posteriormente asignada a los beneficiarios (SCN 1993, párr. 9.75), y que permanece como consumo final efectivo de las administraciones públicas.
- 2.80 Con el fin de resaltar la incidencia económica de las acciones emprendidas por las autoridades públicas para crear un entorno favorable para el desarrollo del turismo, se sugiere la evaluación específica del valor agregado del consumo colectivo turístico. Además, en las presentes recomendaciones, el consumo colectivo turístico se considera que forma parte de un concepto más amplio de demanda turística, aunque, la aproximación actual a este componente tiene únicamente un carácter experimental dada la falta de experiencia en este campo. En consecuencia, la estimación de este agregado no se debe utilizar, de momento, para comparaciones internacionales.

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

- 2.81 El SCN 1993 define la formación bruta de capital fijo como el “valor total de las adquisiciones menos las disposiciones de activos fijos efectuadas por el productor durante el período contable, más ciertas adiciones al valor de los activos no producidos realizadas por la actividad productiva de las unidades institucionales. Los activos fijos son activos materiales o inmateriales que se obtienen como resultado de procesos de producción y que a su vez se utilizan repetida o continuamente en otros procesos de producción durante más de un año” (SCN 1993, párr. 10.33).
- 2.82 El análisis de la formación bruta de capital fijo es particularmente importante para el turismo porque la existencia de una infraestructura básica en términos de transporte, alojamiento, ocio, centros de interés, etc., determina, en gran medida, la naturaleza e intensidad de los flujos de visitantes. No obstante, la identificación de los bienes de capital, cuya adquisición o producción está determinada por las necesidades de los visitantes, presenta dificultades tanto conceptuales como prácticas.
- 2.83 Existen diferentes perspectivas de la formación bruta de capital fijo turística que pueden ser adoptadas. En primer lugar, es posible observar el total de la formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas. En segundo lugar, es posible considerar la formación bruta de capital fijo sobre bienes de capital específicos del turismo, que están directamente relacionados con la provisión de servicios a los visitantes. Esta formación de capital puede ser efectuada por cualquier agente (industrias turísticas, administraciones públicas y otros) y, en particular, recoge el gasto en infraestructura turística por las autoridades públicas. Por último, es posible considerar la proporción del total de la formación bruta de capital fijo que es necesaria para suministrar bienes y servicios a los visitantes.

2.84 En esta etapa, las presentes recomendaciones consideran las dos primeras perspectivas: el total de la formación bruta de capital fijo por parte de las industrias turísticas, y la formación bruta de capital fijo en bienes de capital específicos del turismo. No se tiene intención de establecer un criterio que permita asignar esta inversión al consumo turístico.

2.85 No obstante, hasta que no se disponga de nuevas investigaciones y planteamientos, no se realiza ninguna propuesta para un agregado específico de la formación bruta de capital fijo turística a efectos de comparaciones internacionales. Cualquiera de los agregados señalados anteriormente puede resultar de interés para los países que confeccionen sus CST. A pesar de las dificultades de esta evaluación, el concepto general de la formación bruta de capital turística se considera dentro del concepto más amplio de demanda turística.

---

#### **Notas**

<sup>1</sup> Publicación de las Naciones Unidas No. de venta E.90.XVII.11.

<sup>2</sup> Washington D.C., Fondo Monetario Internacional, 1996.

<sup>3</sup> Los servicios de intermediación financiera indirectamente medidos se refieren los servicios facilitados por los intermediarios financieros que no se cobran de forma explícita, sino únicamente de forma implícita a través de la diferencia en los tipos de intereses aplicados a prestatarios y a prestamistas. El SCN 1993 recomienda asignar la producción total de esta actividad como consumo de los distintos destinatarios o usuarios de los servicios que no son cobrados de forma explícita; este puede ser el caso de los visitantes. (véase SCN 1993, párrafos 6.124 - 6.131).

<sup>4</sup> Éstas son: otros hogares, unidades de producción residentes, unidades de las administraciones públicas, ISFLSH y unidades no residentes.

<sup>5</sup> Señalar que las distintas definiciones de consumo turístico incluirán las cantidades importantes de los gastos turísticos de las unidades productoras, ya que estos gastos se consideran que forman parte de la definición general de consumo del visitante.

<sup>6</sup> Se debe señalar que el uso del término “interno” en este contexto es diferente de su uso en las cuentas nacionales.

### **Capítulo 3 La perspectiva de la oferta: conceptos y definiciones**

- 3.1 El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado; consecuentemente, el visitante constituye el núcleo del turismo y quien provoca su existencia.
- 3.2 Sin embargo, el análisis económico del turismo exige la identificación de los recursos utilizados por los visitantes en sus viajes, del consumo de bienes y servicios adquiridos y, por tanto, la identificación de las unidades económicas que les proveen de esos bienes y servicios. Tanto la perspectiva de la demanda como la de la oferta resultan de singular importancia.
- 3.3 El turismo es un fenómeno que se ha definido, desde sus orígenes, desde el punto de vista de la demanda, mientras que la mayoría de las clasificaciones económicas generales de actividades se establecen desde el punto de vista de la oferta de los productores y de la caracterización de los procesos de producción. En consecuencia, son necesarias algunas adaptaciones de estas clasificaciones con el fin describir y medir, de forma apropiada y útil, la incidencia económica del turismo.
- 3.4 A estas dificultades metodológicas, debe añadirse el hecho que, hasta ahora, las experiencias nacionales en cuantificar el turismo desde un punto de vista de la demanda son más bien escasas. En consecuencia, es difícil identificar de forma precisa los criterios estadísticos que puedan ser utilizados de forma universal.
- 3.5 Por el momento, la aproximación estadística necesaria para definir cuándo un producto o una actividad es característico del turismo requiere el uso pragmático de criterios relevantes. En el futuro, a medida que aumente el número de países que desarrollen sus CST, será posible sustituir los criterios recomendados aquí por otros más rigurosos y, por tanto será necesario en ese momento ampliar y modificar las clasificaciones propuestas para la compilación de las tablas de la CST.
- 3.6 Las presentes recomendaciones se limitan, por el momento, a las clasificaciones a utilizar en las tablas que constituyen el núcleo central del sistema (tablas 1 a 7 y 10), en las cuales los diferentes tipos y categorías de consumo de los visitantes y sus ofertas correspondientes componen la estructura básica.
- 3.7 Para la elaboración de las tablas que se refieren al consumo colectivo turístico y a la formación bruta de capital fijo turística, la lista de productos propuesta es experimental, y no se pretende, en el momento actual, proporcionar criterios para establecer tales listas.

## A. Productos específicos del turismo

- 3.8 El consumo del visitante recoge “el consumo total efectuado por un visitante, o a cuenta de un visitante, para y durante su viaje y estancia en el lugar de destino” (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Parte Primera, párr. 85). En consecuencia, el consumo del visitante incluye todas las categorías de bienes y servicios de consumo.
- 3.9 Sin embargo, no todos estos bienes y servicios tienen la misma importancia para la estimación del consumo del visitante, porque el nivel y estructura de consumo de un individuo se modifica cuando está lejos de su entorno habitual. Esto significa que las estructuras y clasificaciones apropiadas para el estudio y descripción del consumo de los hogares en general, podrían no resultar tan apropiadas cuando la atención se centra específicamente sobre el turismo.
- 3.10 Este hecho es reconocido en el SCN 1993, el cual recomienda comenzar el desarrollo de la cuenta satélite con orientación funcional por “analizar la estructura del gasto por productos y considerar qué actividades suministran estos bienes y servicios” (SCN 1993, párr. 21.16). Sugiere igualmente una serie de pasos para la identificación de los diferentes grupos de productos (SCN 1993, párr. 21.61 y 21.62;... añadido):
- “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 utilizaciones 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”.
- 3.11 La adaptación de estos pasos al caso del turismo se plantea en los siguientes párrafos.
- 3.12 Para el objetivo de estas recomendaciones, el tema de la clasificación tiene que ser considerado desde dos puntos de vista diferentes: la adaptación a las necesidades específicas y a la infraestructura estadística del país de referencia, y la comparabilidad internacional.
- 3.13 Si la atención se centrara estrictamente en la adaptación de la clasificación a las necesidades y posibilidades de cada caso específico, las presentes recomendaciones sólo podrían proporcionar una orientadora lista de productos, a partir de la cual cada responsable de confeccionar las cuentas deduciría aquellos, que desde su punto de vista, mejor englobasen y caracterizasen al turismo.

3.14 No obstante, las organizaciones internacionales son también conscientes de su responsabilidad y función institucional y, por tanto, pretenden proporcionar una base para las comparaciones internacionales.

3.15 Con el propósito de combinar los dos objetivos, por un lado, la comparabilidad internacional para un núcleo central de bienes y servicios turísticos, y por otro lado, tener en cuenta las necesidades especiales, la capacidad técnica y el desarrollo estadístico de los responsables de elaborar las cuentas, se proponen las siguientes recomendaciones:

- en primer lugar, desde la perspectiva de la publicación de los datos de la CST por las organizaciones internacionales, esta propuesta sostiene que, sobre una base de carácter mundial, la comparabilidad internacional únicamente se logrará sobre la base de una lista fija de productos. Dicha lista se denomina en el presente documento “lista de productos característicos del turismo” que se encuentra en el anexo II. La lista en cuestión debería actualizarse de forma periódica. También se podrían establecer listas más amplias o más detalladas por otras organizaciones (OCDE, Eurostat y otras), para la adecuada comparabilidad entre sus países miembros, siempre que se mantenga la correspondencia entre estas listas y las clasificaciones básicas;
- en segundo lugar, cualquier país o institución que desee desarrollar su propia lista de productos, debería utilizar como referencia la lista provisional de productos específicos del turismo que se encuentra en el anexo I. Esto puede conllevar una ampliación de la lista anteriormente mencionada de productos característicos del turismo hacia una lista más extensa, designada lista ad hoc de productos específicos del turismo, relevante para cada compilación. Dicha lista podría responder a ambos objetivos: la comparabilidad internacional, como subconjunto de productos característicos del turismo y las necesidades específicas, sobre el total de productos específicos del turismo en un país dado.

3.16 Por tanto, desde el punto de vista de un país individual y en términos del análisis general, se estima que la lista de productos específicos del turismo tiene mayor relevancia e importancia. No obstante, a efectos de obtener una presentación completa de las diferentes categorías de productos, se requiere un término que defina esos productos, que se consideran específicos pero que no forman parte de la lista de productos característicos del turismo. En el presente documento, se utiliza el término “productos conexos al turismo”, si bien, se señala que la forma en que se utiliza el término “conexo” es, en alguna medida, diferente a la que se emplea en el SCN 1993 (véase SCN 1993, párr. 21.61 y 21.62).

3.17 En relación con los criterios mediante los cuales se diferencian estas categorías: la identificación de los productos considerados como característicos del turismo, conexos al turismo y específicos del turismo, se deberían seguir en líneas generales estos criterios pragmáticos:

**Productos característicos del turismo:** productos que en la mayoría de los países y, en caso de ausencia de visitantes, dejarían de existir en cantidad significativa, o para los cuales el nivel de consumo se vería sensiblemente disminuido, y para los que parece posible obtener información estadística.

**Productos conexos al turismo:** es una categoría residual que incluye aquellos productos 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;

**Productos específicos del turismo:** el conjunto de las dos categorías anteriores.

3.18 Esquemáticamente, el universo de todos los bienes y servicios queda ilustrado de la siguiente forma:



3.19 Para apoyar a los países a la hora de determinar la lista de productos, la OMT ha desarrollado una lista provisional de productos específicos del turismo (véase anexo I). La lista en cuestión se ha establecido empíricamente, a través de las listas nacionales e institucionales previamente existentes, el conocimiento específico de los investigadores e incluyendo, de forma general, lo siguiente:

- productos cuya oferta, dejaría de existir en cantidades significativas en ausencia de visitantes;
- productos que representan una cuota importante del consumo turístico;
- productos en cuya ausencia, el consumo turístico se podría ver seriamente afectado.

- 3.20 La presente lista es provisional y se actualizará periódicamente a medida que se adquiera experiencia sobre las CST y sobre otras cuentas satélites funcionalmente orientadas, en áreas como la sanidad y la educación.
- 3.21 Los productos característicos del turismo son un subconjunto de la lista de productos específicos del turismo. Con el fin de lograr la comparabilidad internacional, parece legítimo hacer uso de un alto nivel de desagregación de los productos para que pueda resultar más fácilmente identificable la caracteristicidad de un producto. No obstante, esta posibilidad está limitada por el alto grado de agregación al que la mayoría de los países obtiene su información (en la mayoría de los casos, este grado no supera el nivel de 4 dígitos de la CCP Versión 1.0). En consecuencia, la lista propuesta de productos característicos del turismo, por el momento, refleja un alto nivel de agregación (véanse los párr. 4.20-4.25 y el cuadro 4.3).
- 3.22 Conceptualmente, la lista propuesta de productos característicos del turismo podría incluir bienes y servicios. Sin embargo, por el momento, la lista de productos característicos del turismo se centra en los servicios que tradicionalmente se han considerado como servicios turísticos, ya que responden a las necesidades más generales y a los deseos de los visitantes, tales como, alojamiento, servicios de provisión de alimentos y bebidas, servicios de transporte a larga distancia y servicios asociados (incluido el alquiler de coches); servicios de organización de viajes, servicios de guías turísticos, recreativos y culturales. Esta restricción obedece a dos principales dificultades de evaluación:
- la primera, corresponde a las grandes diferencias que existen en los bienes adquiridos por los visitantes, según los países y lugares visitados;
  - la segunda, hace referencia al hecho de que la información estadística básica a utilizar para complementar las tablas procede de los propios visitantes. Se ha observado que, en la mayoría de los casos, el uso de este tipo de fuente estadística dificulta ir más allá de los amplios conceptos de “compras” o “artículos de recuerdo”.

## **B. Actividades específicas del turismo**

### **B.1. Aspectos generales**

- 3.23 El SCN 1993 resalta el análisis de los productores característicos en una cuenta satélite:

“En una cuenta satélite, la atención se centra principalmente, tratándose de la producción, en el análisis de las actividades y productores característicos. Según se ha explicado (véase el párr. 21.61; referencia añadida), los bienes y servicios característicos son los típicos del campo en estudio. Las

actividades en las cuales se originan se denominan características y los productores que las realizan reciben el nombre de productores característicos“(SCN 1993, párr. 21.98).

- 3.24 Una vez definido el conjunto de productos característicos del turismo, la discusión sobre las actividades características del turismo puede darse por concluida ya que pueden ser identificadas como aquellas actividades productivas que producen un producto principal que ha sido previamente identificado como característico del turismo” (véase el párr. 3.17 anterior).
- 3.25 No obstante, debe mencionarse que la relación entre la clasificación de productos de acuerdo con la CCP, Ver. 1.0, y la clasificación de actividades productivas de acuerdo con la CIIU, Rev. 3, no conduce necesariamente a una relación entre las categorías de estas clasificaciones partida a partida, ya que el origen industrial efectivo de un producto (la actividad CIIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos dentro de una categoría similar en términos de la CCP; es la naturaleza del producto la que se tiene en cuenta en el procedimiento de clasificación, y no su origen industrial. Dos productos de naturaleza similar, aunque se obtengan a través de procesos de producción diferentes (dos categorías de la CIIU diferentes) se clasifican en la misma categoría CCP. En esto consistiría el proceso de obtener la actividad productiva a partir de la caracterización de un producto; y recíprocamente, algo difícil, y que no conduciría necesariamente a una solución única.
- 3.26 Un aspecto importante de las actividades características del turismo es que deben dirigirse a los propios visitantes, es decir, debe existir un contacto directo entre el proveedor del producto y el consumidor. Para la mayoría de los servicios, el productor y el vendedor coinciden; por tanto, no existe tal restricción. En el caso de los bienes, sin embargo, normalmente existen uno o más intermediarios entre el productor del bien y su consumidor último.
- 3.27 Aunque con frecuencia existe una relación física directa en la entrega de los bienes y servicios al visitante, el término “contacto directo” no se puede limitar a un contacto físico sino que debe utilizarse en un sentido más amplio de acuerdo con el objetivo de evaluar la incidencia económica del turismo en un contexto macroeconómico.
- 3.28 Debido al criterio dado para la determinación de los productos característicos del turismo, algunas actividades productivas se pueden considerar como características del turismo, a pesar de que su producto típico no se venda principalmente a los visitantes, debido a la importancia que para los visitantes tiene este producto típico. Este es el caso de los servicios de restaurantes, o de los servicios de transporte donde el traslado cotidiano (al centro de trabajo o de estudio) es importante, o cuando la actividad del transporte de mercancías no puede ser diferenciada, en términos estadísticos, de la del transporte de pasajeros.

3.29 Análogamente a como se ha procedido para los productos específicos del turismo (véase el párr. 3.15 anterior), y con el objetivo de lograr la comparabilidad internacional, las presentes recomendaciones consideran dos casos diferentes:

- con el objetivo de lograr la comparabilidad internacional, se ha determinado una lista de actividades características del turismo, a un nivel de agregación (véanse los párr. 4.20-4.25 siguientes y el cuadro 4.4);
- cualquier país que desee desarrollar su propia lista de actividades específicas del turismo debería utilizar como referencia la Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas que fue desarrollada por la OMT a efectos de la comparabilidad internacional de datos (véase el párr. 1.36 anterior).

3.30 Debido a la particular naturaleza del consumo turístico, que no se define por los productos que son objeto de este consumo sino por la finalidad particular perseguida por el consumidor (es decir, viaja lejos del hogar), pueden existir diferencias importantes entre la producción de las actividades características del turismo en un país y su consumo turístico interior. La importancia de estas diferencias depende de dos factores fundamentales:

- el grado en el que la oferta a los visitantes es realizada por productores que no pertenecen a la categoría de actividades características del turismo;
- el grado en el que la oferta a los no visitantes es realizada por productores que pertenecen a esta categoría.

El nivel de detalle de la información disponible, en términos de bienes y servicios y actividades, también puede tener un importante efecto sobre esta diferencia.

3.31 El cuadro 3.1 refleja esta situación: las celdas marcadas con línea doble muestran el análisis desde el enfoque de la oferta turística que presenta la CST. Análogamente, las celdas sombreadas engloban los aspectos en los que se centra el análisis del consumo turístico interior. Hay que precisar que no existe razón alguna para que, en un país en el que se elaboran las cuentas, el consumo del visitante sea igual a la producción de las actividades características del turismo.

**Cuadro 3.1**  
**Análisis desde el enfoque de la oferta turística y del consumo turístico interior**

|                               | Actividades características del turismo (a)             |                       |                          | Actividades conexas al turismo (a) |                           |                          | Actividades no específicas del turismo (a) |                           |                   |  |
|-------------------------------|---|-----------------------|--------------------------|------------------------------------|---------------------------|--------------------------|--|---------------------------|-------------------|--|
|                               | Producción principal                                    | Producción secundaria |                          | Producción principal               | Producción secundaria     |                          | Producción principal                       | Producción secundaria     |                   |  |
| <i>Productos ofrecidos a:</i> | Productos característicos                               | Productos conexos     | Productos no específicos | Productos conexos                  | Productos característicos | Productos no específicos | Productos no específicos                   | Productos característicos | Productos conexos |  |
| <i>Visitantes</i>             |   |                       |                          |                                    |                           |                          |  |                           |                   | <b>Análisis desde el enfoque del consumo turístico interior.</b> |
| <i>No visitantes</i>          |   |                       |                          |                                    |                           |                          |  |                           |                   |  |
|                               | <b>Análisis desde el enfoque de la oferta turística</b> |                       |                          |                                    |                           |                          |  |                           |                   |  |

(a) Los productos característicos y conexos hacen referencia exclusivamente a aquellos productos que son de naturaleza turística

## B.2 Casos especiales

3.32 Al considerar la demanda en el capítulo 2 se plantearon algunas cuestiones relativas a los servicios proporcionados dentro de los hogares en beneficio de sus miembros, servicios de alojamiento proporcionados por segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos, servicios de las agencias de viajes y aquellos facilitados por los tour operadores (véanse los párr. 2.60-2.65 anteriores). Los tratamientos sugeridos respecto a la demanda también tienen su incidencia sobre la forma en que la producción de estos servicios debe ser considerada desde el punto de vista de la oferta y este hecho constituirá el centro de la presente discusión (para el tratamiento de bienes adquiridos por los visitantes, véanse los párr. 4.82-4.98 siguientes).

### B.2.1 Servicios proporcionados dentro del hogar en beneficio de sus miembros

3.33 El SCN 1993 no los identifica dentro de la frontera de producción y, por tanto, no tienen ninguna incidencia sobre la oferta turística que deba ser considerada.

### B.2.2 Servicios de alojamiento proporcionados por segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos

3.34 En el SCN 1993, un servicio de provisión de vivienda por cuenta propia es asociado con la propiedad de una vivienda ocupada por su propietario y se considera a la vez como una actividad de producción y como producción y consumo de un servicio específico. Se hizo constar en el capítulo 2 que esta situación afectaba tanto a viviendas principales como a segundas viviendas, y en particular, a las segundas viviendas ocupadas por el propietario principalmente para fines turísticos.

- 3.35 En consecuencia, se asigna una actividad turística específica a la propiedad de una segunda vivienda utilizada principalmente para fines turísticos y, por tanto, se produce el correspondiente servicio de provisión de vivienda turística, que es consumido por los visitantes.
- 3.36 La actividad específica es de una clase peculiar, puesto que la mera propiedad de una segunda vivienda para fines turísticos por cuenta propia genera un servicio turístico y un consumo equivalente: no es necesario que alguna persona realice una estancia en este tipo de segunda vivienda para generar el servicio, porque, como para cualquier unidad de vivienda por cuenta propia, el flujo del servicio proporcionado depende únicamente de la existencia de este tipo de unidad de vivienda y de sus características inherentes, tales como ubicación, configuración, tipo de construcción, tamaño y bienes de equipo instalados, y no de cualquier cualidad del visitante.

### B.2.3 Agencias de viajes

- 3.37 Los visitantes (o presuntos visitantes), cuando planean y organizan sus viajes, utilizan con frecuencia los servicios de las agencias de viajes. Sus funciones consisten, principalmente, en vender el derecho a utilizar un determinado servicio, en un determinado momento del tiempo y de acuerdo a unas determinadas condiciones. No sustituyen a la unidad que proporciona el servicio, sino que únicamente desempeñan el papel de facilitar al visitante información y acceso, actuando de intermediarios en la compra de determinados servicios.
- 3.38 Estas agencias operan en cierto modo como “minoristas” de estos servicios que se venden al público. No obstante, su función es completamente diferente a la de un minorista de un bien, ya que el productor del servicio es, a pesar de todo, quien finalmente atiende al consumidor. No existe sustitución de las relaciones, es únicamente una manera eficiente para los productores de vender sus productos al público.
- 3.39 En la mayoría de los casos, el valor del servicio de las agencias de viajes no se factura explícitamente o por separado al usuario del servicio (el visitante), aunque pudiera existir dicha facturación directa. En algunos casos, estas agencias de viaje compran billetes a precio rebajado a las compañías aéreas (“o concesionarias de descuentos”) y los venden a sus compradores a un precio superior, obteniendo una renta a partir de la diferencia entre el precio que ellos pagan y el que perciben. En otros casos, el visitante paga por el transporte en una compañía aérea, o por algún otro producto turístico, según una tarifa de precios establecidos por el productor del servicio. La agencia de viajes percibe como renta una comisión sobre el valor de venta acordado por el proveedor del servicio: el servicio de la agencia de viajes es, por tanto, adquirido por el proveedor del servicio que esta agencia vende al visitante.

3.40 En consecuencia, los ingresos brutos obtenidos por las agencias son de tres tipos:

- Aquellos obtenidos directamente de los visitantes a través de una factura específica a los visitantes;
- Los márgenes comerciales brutos que representan los servicios de comercio al por menor cuando las propias agencias de viajes se remuneran de forma implícita a través de una operación de comercio al por menor (compran a los productores de los servicios, por ejemplo, compañías aéreas, o mayoristas, y venden el producto al viajero);
- Comisiones abonadas por los proveedores de los servicios turísticos cuando las agencias operan como sus agentes; similar en procedimiento a los servicios de comercio al por menor establecidos sobre una comisión o sobre una base contractual.

3.41 En la CST, las agencias de viaje figuran en primera línea de actividades características del turismo, ya que cuando las personas planifican sus viajes, adquieren mayoritariamente los servicios de transporte y alojamiento que necesitarán, a través de estas entidades. Las agencias de viajes y el proveedor del servicio vendido a través de su intermediación, se encuentran ambos directamente implicados en la provisión de servicios a los visitantes, y en ambos se debe analizar su función de prestar sus servicios a los visitantes.

3.42 En consecuencia, las presentes recomendaciones plantean que, por convenio y para la homogeneización de procedimientos, en todos los casos las agencias de viajes son actividades características del turismo que proporcionan servicios a los visitantes y los servicios de las agencias de viajes, como tales, son considerados como parte del consumo turístico.

3.43 Cualquiera que sea el procedimiento a través del cual una agencia de viajes genera su renta, el valor total pagado por los visitantes por un servicio turístico adquirido a través de una agencia de viajes se dividirá en dos partes: una, la correspondiente al valor del servicio de la agencia de viajes, y la otra, la correspondiente al valor neto de los servicios turísticos adquiridos.

3.44 Este tipo de tratamiento normalmente exigirá una transformación de la información estadística básica procedente de las agencias de viajes y de las actividades que las utilizan como minorista, con el fin de generar un conjunto de datos que se ajuste a este punto de vista.

3.45 Este tratamiento tiene consecuencias importantes sobre el contenido preciso del consumo turístico interno, del consumo turístico receptor y del consumo turístico emisor. Estas se expondrán detalladamente cuando se presenten las tablas y agregados en el Capítulo 4.

#### B.2.4. Tour operadores

- 3.46 Los tour operadores son empresas que combinan dos o más servicios de viaje (por ejemplo: transporte, alojamiento, comidas, entretenimiento, visitas guiadas), y los venden a través de las agencias de viajes o directamente a los consumidores finales como un producto único (denominado paquete turístico) y por un precio global. Los componentes de un paquete turístico se pueden establecer previamente, o pueden resultar de un procedimiento “a la carta”, en el cual el visitante es quien decide la combinación de servicios que desea adquirir.
- 3.47 Los tour operadores normalmente actúan en su propio nombre y por cuenta propia. El operador adquiere inicialmente los servicios de los diferentes productores de servicios turísticos, que son combinados y se ofrecen a los clientes como un producto complejo y único, ya sea directamente o a través de las agencias de viaje. Este producto normalmente abarca servicios de transporte y, un servicio o más, de alojamiento, comidas, visitas guiadas, entretenimiento y otros servicios que el visitante requiere, así como el propio servicio del tour operador. En la mayoría de los casos, el visitante no conoce la distribución de los gastos entre sus componentes y no tiene un contacto directo previo al viaje con los proveedores de los servicios. Con frecuencia, el tour operador es quien asume el riesgo con los proveedores de los servicios incluidos en el paquete turístico, y debe pagarles cuotas de penalización si los paquetes no se venden.
- 3.48 Un paquete turístico podría ser considerado como un producto turístico, aunque sintético, completamente nuevo. su clasificación y tratamiento en las cuentas nacionales y en la balanza de pagos, ha planteado tradicionalmente dificultades, pero no se ha propuesto ninguna conclusión final en las presentes recomendaciones ¿tiene que ser considerado como un producto por sí mismo, independientemente de sus componentes, los cuales serían considerados como consumos intermedios de la producción de este nuevo producto? <sup>1</sup> o por el contrario ¿tiene que ser considerado como un procedimiento de mercado utilizado con el fin de vender sus componentes? <sup>2</sup>
- 3.49 Para el objetivo de la CST, un paquete turístico no se puede considerar como un producto por sí mismo, debido a que entonces los compradores de estos productos no estarían adquiriendo los servicios turísticos incorporados que figurarían, en cambio, como consumo intermedio de los tour operadores y, por tanto, perderían su relación directa con los visitantes. En consecuencia, los servicios turísticos comercializados de esta forma no se considerarían como adquiridos por los visitantes, y la participación de turismo en su utilización estaría infravalorada. Esto podría impedir que las actividades que los producen como su producción principal sean clasificadas como actividades características del turismo.

- 3.50 En consecuencia, la CST requiere considerar todos los componentes de un paquete turístico, incluido el valor del servicio del propio tour operador, como adquiridos directamente por los visitantes. Esto supone una, así llamada, valoración “neta” de los paquetes turísticos.
- 3.51 Los tour operadores se consideran como un determinado tipo de minorista de servicios turísticos. El valor del servicio se calcularía, igual al margen bruto, como la diferencia entre lo que el tour operador percibe por la venta de los paquetes turísticos y los costes que le suponen los componentes, incluida la comisión acordada a las agencias de viajes que venden los paquetes turísticos al público. Las consecuencias de este método de considerar los paquetes turísticos serán desarrolladas completamente cuando se presenten las tablas y los agregados en el capítulo 4.

### **C. Industrias turísticas**

- 3.52 Teóricamente, el productor característico es una unidad de producción homogénea, es decir, una unidad de producción en la que se realiza una única actividad productiva. Sin embargo, dicha unidad no suele ser una unidad generalmente observable y se trata, más bien, de una unidad conceptual o abstracta (véase SCN 1993, párr. 15.14). Los establecimientos, definidos como “una empresa o parte de una empresa es decir, situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva (no auxiliar) o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido” (SCN 1993, párr. 5.21, véase igualmente el párr. 21.8), serán las unidades estadísticas a utilizar en la CST, como sucede en las tablas de origen y destino de las cuentas nacionales, siguiendo las recomendaciones del SCN 1993 (SCN 1993, párr. 15.4).
- 3.53 Los establecimientos se caracterizan y clasifican por actividad, de acuerdo a la actividad productiva que represente la mayor parte del valor añadido.
- 3.54 Dentro del enfoque funcional, el SCN 1993 define las “ramas de actividad” o las “industrias” como “grupos de establecimientos dedicados a la misma clase de actividad productiva” (SCN 1993, párr. 15.13). De acuerdo con esta definición, el conjunto de actividades características del turismo no constituye una rama de actividad única, sino que este conjunto, incluye un número de “industrias” en el sentido de la CIIU. Consecuentemente, la CST define una “industria característica del turismo” (rama de actividad característica del turismo) como un grupo de establecimientos cuya actividad productiva principal es una actividad característica del turismo. Las industrias turísticas (ramas de actividad turísticas) son el conjunto de todas las industrias características del turismo.

## C.1 Valor añadido

- 3.55 Como sucede en todas las actividades económicas del marco conceptual del SCN 1993, el funcionamiento de las industrias turísticas en el campo de la producción se describe mejor a través de un conjunto de tablas que muestren la composición de la producción por producto, la composición de los insumos (inputs) por producto, y la remuneración de los factores de la producción.
- 3.56 La importancia económica de una actividad productiva normalmente se mide por su valor añadido, una medida que asegura que no existen duplicaciones cuando se comparan y agregan diferentes actividades productivas y que es totalmente independiente de la organización institucional de los procesos de producción. El SCN 1993 define:
- el valor añadido bruto es el valor de la producción menos el valor del consumo intermedio;
  - el valor añadido neto es el valor añadido bruto menos el consumo de capital fijo.
- 3.57 Dado que el valor añadido pretende medir el valor adicional creado durante un proceso de producción, debería medirse en términos netos, ya que el consumo de capital fijo es un coste de producción. Sin embargo, el consumo de capital fijo puede resultar difícil de medir en la práctica y no siempre es posible hacer una estimación satisfactoria de su valor y por tanto del valor añadido neto (SCN 1993, párr. 6.4 y 6.5). Estas recomendaciones adoptan la valoración bruta del valor añadido.
- 3.58 El valor añadido es una medida que está relacionada con un proceso de producción considerado en su conjunto, es decir, una combinación de insumos (inputs), bienes de capital, mano de obra y tecnología, con el fin de obtener una combinación de producciones (outputs). Se pueden identificar dos alternativas del valor añadido vinculado al turismo:
- la más sencilla, el valor añadido de las industrias turísticas (ramas de actividad turística) se puede contabilizar como la suma del valor añadido de cada industria característica del turismo;
  - alternativamente, se puede determinar una correspondencia directa entre la demanda de bienes y servicios turísticos y sus ofertas, y se puede estimar el valor añadido para un determinado nivel de consumo del visitante. El proceso para acometer esta estimación se desarrolla con más detalle en el capítulo 4.

## **C.2 Empleo**

- 3.59 El empleo es una variable de gran importancia en el análisis económico de las actividades productivas, y lo mismo sucede en el caso del turismo. En general, las actividades características del turismo son relativamente intensas en mano de obra y, por tanto, existen muchas expectativas relativas al efecto del desarrollo del turismo sobre el empleo de un país y sobre la renta personal de la población activa.
- 3.60 El turismo presenta peculiaridades que es preciso considerar cuando se hace referencia al empleo. En muchos casos, el consumo del visitante, en particular el que resulta del turismo receptor, no abarca todo el año de forma uniforme. En consecuencia, el empleo en las actividades características del turismo frecuentemente fluctuará, de forma estacional, con más intensidad que en otras actividades.
- 3.61 Esto subraya la importancia de medir el empleo a través de diferentes indicadores que se complementen unos con otros y pueden no tener una aplicación general en la economía. Estos incluyen: empleo, puestos de trabajo, empleo equivalente a tiempo-completo, y total de horas trabajadas (SCN 1993, párr. 17.4-17.8). La complementariedad y la consistencia entre las evaluaciones de la remuneración de asalariados y las evaluaciones del empleo, también es una consideración importante. Con el fin de ampliar el análisis en esta importante área de las estadísticas de turismo, la OCDE ha desarrollado un módulo de empleo para las CST. En el Anexo III del presente documento se ofrece una descripción más completa de este módulo.

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

- 3.62 La formación bruta de capital fijo es un componente importante para la descripción y análisis del turismo. Es relevante añadir que desde una perspectiva de la industria, no sólo es una variable importante la formación bruta de capital fijo sino también las transacciones en activos no financieros no producidos (como el terreno) y en activos inmateriales no producidos, tales como derechos de aterrizaje o los derechos de patentes, pueden ser importantes en el amplio análisis del turismo. En las presentes recomendaciones se comentan estos aspectos, pero no se les concede alguna prioridad ya que, en la actualidad, sus relaciones dentro de una CST no han sido debatidas en profundidad.
- 3.63 La formación bruta de capital fijo de las industrias del turismo es una de las diferentes perspectivas ya mencionadas en relación con la formación bruta de capital fijo vinculada al turismo (véanse los párr. 2.81-2.85 anteriores); y se incluye en la tabla 8 (véase el párr. 4.64 más adelante).

---

## **Notas**

<sup>1</sup> Opción que aparentemente figura implícita en la CCP (Versión 1.0), ya que los paquetes turísticos son admitidos como productos por sí mismos.

<sup>2</sup> Ver, por ejemplo, Fondo Monetario Internacional, Manual de compilación de la Balanza de Pagos (Washington, D.C. 1995).

## **Capítulo 4 Tablas, cuentas y agregados**

- 4.1 El diseño metodológico para la elaboración de la CST no es más que un conjunto de definiciones y clasificaciones integradas en tablas y organizadas de una forma lógica y consistente, que permite contemplar la magnitud económica completa del turismo tanto en su aspecto de demanda como en el de oferta. En consecuencia, el presente capítulo, que describe las tablas y agregados, constituye la parte central de estas recomendaciones.
- 4.2 Las 10 tablas que componen la cuenta satélite de turismo se relacionan o se obtienen a partir de las tablas del SCN 1993 que corresponden al origen y destino de bienes y servicios. Constituyen el núcleo de las comparaciones internacionales del impacto económico del turismo en las economías.
- 4.3 Las tablas, cuentas y principales agregados propuestos tendrán que ser desarrollados en dos etapas diferenciadas dado que la mayoría de los países no estarán capacitados para elaborar todas las tablas al mismo tiempo.
- 4.4 En la primera etapa, será suficiente confeccionar las tablas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10. Éstas constituyen el conjunto de tablas mínimo necesario para hablar de un sistema de cuentas satélite, ya que las cuentas que se concentran únicamente en el consumo del visitante, o únicamente en la oferta de las industrias (ramas de actividad) turísticas y de otras industrias, no pueden considerarse como cuentas satélites de turismo. Una CST debe incluir, al menos, una presentación detallada de la oferta y del consumo, en términos de bienes y servicios consumidos por los visitantes y las correspondientes actividades que los producen, así como una confrontación global de sus correspondientes agregados, lo cual constituye el núcleo del sistema de la CST.
- 4.5 La tabla 7 (empleo en las industrias turísticas) también forma parte del núcleo central del sistema, si bien las variables incluidas y la cobertura propuesta hacen referencia a una cuantificación restrictiva del empleo.
- 4.6 En cambio, la elaboración de las tablas 8 (formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y de las otras industrias) y 9 (consumo colectivo turístico por funciones y niveles de las administraciones públicas) no sólo exige reunir datos de los que la mayoría de los países no dispone actualmente, sino también resolver numerosas dificultades conceptuales. En consecuencia, las tablas 8 y 9 únicamente se deberían considerar en la segunda etapa.
- 4.7 Estas 10 tablas son ilustrativas, para los futuros responsables de elaborar las cuentas, del trabajo a acometer, y se deben considerar como una guía de las posibilidades analíticas disponibles para los usuarios. En cualquier caso, la futura publicación, por las organizaciones internacionales, de los resultados obtenidos en los países miembros que hayan establecido la CST, se debería basar en un conjunto de tablas similar al que aquí se propone.

- 4.8 Para todas las tablas, tanto para aquéllas elaboradas en la primera etapa como para aquéllas que corresponden a la segunda, la presentación de los resultados siempre debe estar acompañada de claras referencias a la cobertura precisa de las variables y a la metodología utilizada en sus estimaciones.
- 4.9 Los principios de evaluación recomendados son los mismos que los enunciados por el SCN 1993, es decir, la producción se debe valorar a precios básicos y el consumo y los empleos a precios de adquisición. Por lo que al momento de registro se refiere, la CST opera sobre el mismo principio que el SCN 1993, es decir, sobre el principio del devengo y no sobre el principio de caja o del “momento del pago”.
- 4.10 En la práctica, los métodos de valoración y del momento del registro han de ser consistentes con aquellos utilizados en las cuentas nacionales generales del país que elabora la CST. Por consiguiente, dependiendo de las prácticas individuales de los países, es posible que los métodos empleados no sean idénticos a las recomendaciones del SCN 1993 o a las presentes recomendaciones. En consecuencia, a efectos de la comparabilidad internacional, es importante que los métodos de valoración y del momento del registro sean asimilados por los responsables de elaborar la CST y se documenten cuando se difundan los datos o la metodología.

## **A. Tablas y cuentas**

### **A.1 Comentarios generales**

- 4.11 Las diferencias formales entre las tablas de la CST y las del SCN 1993 son numerosas, pero son debidas principalmente a diferencias en la presentación más que a diferencias en los conceptos. En consecuencia, el desarrollo de una CST de un país exige no sólo disponer de un conjunto básico de procedimientos de acopio directo de datos, sino también realizar una transformación y segmentación de la información existente en las cuentas nacionales del país, en función de la orientación turística incorporada en la CST.
- 4.12 Esta transformación consiste en:
- la obtención de datos sobre los productos y actividades específicas del turismo a partir de las bases de datos utilizadas para la elaboración de las matrices de origen y destino de las cuentas nacionales;
  - la transformación de los paquetes turísticos, partiendo de su valoración bruta en las cuentas nacionales de algunos países, a la valoración neta requerida por la CST (véanse los párr. 4.83-4.90);

- la obtención del valor de los servicios de las agencias de viajes a partir de los costes de los servicios que ellas incluyen (principalmente transporte, paquetes turísticos, y alojamiento) con el fin de considerar de forma consistente los servicios de las agencias de viajes como parte de las industrias turísticas de un país; asimismo, esto requiere identificar, dentro del consumo de visitantes residentes y no residentes que viajen fuera del territorio económico del país de referencia, la residencia de los diferentes proveedores de los servicios (por ejemplo: transporte aéreo, alojamiento en hotel) así como la de la propia agencia de viajes, si el servicio de dicho agente fuese utilizado en la compra de los servicios anteriormente mencionados;
- el desglose del valor de los bienes adquiridos por los visitantes entre los márgenes de distribución y el valor básico del bien (véanse los párr. 4.83-4.90);
- la identificación del consumo del visitante en todos sus componentes (consumo en efectivo del visitante y transacciones en especie), diferenciándolos del consumo no turístico; y
- una doble clasificación de los gastos turísticos de las unidades productoras: como componente del consumo del visitante cuando nos referimos al equilibrio entre origen y destino; y como coste de producción de las actividades productivas cuando se describen estos procesos de producción y se establecen el valor añadido turístico y el producto interior bruto turístico.

## **A.2 Valoración neta**

4.13 De las seis transformaciones de información básica que han sido mencionadas, cuatro de ellas (el uso de diferentes clasificaciones para productos y para actividades, la obtención de los márgenes a partir del valor de los bienes, la identificación del consumo del visitante y la doble clasificación de los gastos turísticos de las unidades productoras) únicamente tienen un efecto formal en las tablas normalizadas de las cuentas nacionales. Esto significa que los desgloses de los totales por productos y actividades se modifican pero no los importes totales en sí mismos. No sucede lo mismo en el caso de la utilización de una valoración neta de los paquetes turísticos y de la obtención de los servicios de las agencias de viajes, los cuales tienen consecuencias en los importes y las clasificaciones de los flujos en los diferentes conceptos de consumo del visitante. Por tanto, es preciso facilitar una perspectiva más completa de estas consecuencias.

4.14 Los datos presentados que utilicen estas seis transformaciones serán considerados que siguen la valoración neta de registro (es decir, valoración neta de los servicios de los tour operadores y de los servicios de las agencias de viajes).

#### A.2.1. Valoración neta de los paquetes turísticos

4.15 En la CST, los servicios proporcionados por tour operadores tienen que ser valorados de forma neta. Esta exigencia resulta de la necesidad de un tratamiento consistente de los servicios turísticos adquiridos directamente y de los servicios (de la misma clase) adquiridos a través de los tour operadores. No se establece ningún requisito para la valoración en términos brutos con fines de comparación internacional, porque no está claro que todos los países utilizarían dicha valoración, en particular si sus cuentas nacionales no lo exigen.

4.16 Esta forma de valoración tiene las siguientes consecuencias para la medición del consumo del visitante:

- a) en el caso de un visitante residente que viaja dentro del territorio económico del país de referencia y con esta intención adquiere un paquete turístico, el desglose del paquete turístico no tiene consecuencias para el valor total asignado al consumo del visitante antes o después del desglose: se desglosa en todos sus componentes que forman parte del consumo turístico interno. Con la política de cielo abierto, el transporte podría ser proporcionado por un no residente, pero como el transporte tendría lugar entre dos localidades dentro del territorio económico del país de referencia, a pesar de todo formaría parte del consumo turístico interno, aun cuando fuera proporcionado por un no residente;
- b) en el caso de un visitante residente que pretenda viajar fuera del territorio económico del país de referencia y adquiera directamente, o a través de una agencia de viajes residente, un paquete turístico producido por un tour operador residente, en un sistema de valoración bruta este gasto en su conjunto formará parte del consumo turístico interno. Sin embargo, en una valoración neta, se tienen que considerar dos situaciones diferenciadas:
  - algunos servicios del paquete turístico son facilitados por productores residentes: estos gastos, junto con el servicio del tour operador y el de la agencia de viajes que lo vende, se asignan al consumo turístico interno y se desglosan en sus productos que lo integran;
  - algunos servicios del paquete turístico son facilitados por productores no residentes: estos servicios forman parte de lo que se ha definido como consumo turístico emisor.

c) si un visitante residente pretende viajar fuera del territorio económico del país de referencia y adquiere directamente fuera del país, o bien, a través de una agencia de viajes residente, un paquete turístico producido por un tour operador no residente, en un sistema de valoración bruta este gasto en su conjunto forma parte del consumo turístico emisor. Sin embargo, en un sistema de valoración neta, se tienen que considerar, de nuevo, dos situaciones diferenciadas:

- algunos servicios del paquete turístico son facilitados por productores residentes: estos gastos, junto con el servicio (eventual) de la agencia de viajes, se asignan al consumo turístico interno y se desglosan en sus productos que lo integran;
- algunos servicios del paquete turístico son facilitados por productores no residentes: en ese caso, estos servicios junto con el del tour operador forman parte de lo que se ha definido como consumo turístico emisor.

d) en el caso de un visitante no residente, cuando planifica viajar al país de referencia, adquiere antes de la salida un paquete turístico, bien directamente, o bien, a través de una agencia de viajes, en un sistema de valoración bruta, también podrían ocurrir dos situaciones diferenciadas, dependiendo de si el tour operador es residente o no residente del país de referencia. Después de observar que el servicio propio de la agencia de viajes está fuera del ámbito de la CST (una operación entre dos no residentes), si el tour operador es no residente, entonces no se anota nada en la CST, pero si el tour operador es residente, el importe total de su valor se registra como consumo turístico receptor. En un sistema de registro neto el análisis es algo más complejo:

- los servicios (incluido eventualmente el del tour operador) vendidos a través del paquete facilitado por productores que residen en el país de referencia tienen que ser considerados dentro del consumo turístico receptor;
- los servicios (incluido eventualmente el del tour operador) vendidos a través del paquete facilitado por productores que no residen en el país de referencia están fuera del ámbito de la CST, ya que se refieren a servicios proporcionados por no residentes a no residentes.

4.17 Como consecuencia de estos ajustes no sólo se modifica el desglose por productos, sino que también se modifican el valor total del consumo turístico interno, del consumo turístico emisor y del consumo turístico receptor; esa modificación obedece a la diferencia de residencia de los tour operadores que producen y venden los paquetes turísticos, y de los servicios turísticos que ellos (implícitamente) comercializan. En el cuadro 4.1 se resumen las conclusiones.

### Cuadro 4.1

Presentación resumida de los efectos globales de utilizar una valoración neta de los paquetes turísticos en el consumo turístico interno, en el consumo turístico emisor, y en el consumo turístico receptor

| Características del visitante   | Residencia del tour operador        | Clasificación de los paquetes turísticos en una valoración bruta                          | Clasificación de los paquetes turísticos en una valoración neta   |
|---|-------------------------------------|---|---|
| Visitante residente que viaja dentro del territorio económico del país de referencia        | El país de referencia               | El paquete, como un producto agregado, es parte del <b>consumo turístico interno</b>      | Todos los componentes del paquete, incluido el servicio del tour operador, forman parte del <b>consumo turístico interno</b>  |
| Visitante residente cuyo destino está fuera del territorio económico del país de referencia | El país de referencia               | El paquete, como un producto agregado, es parte del <b>consumo turístico interno</b>      | Los componentes producidos interiormente, incluidos los servicios del tour operador y de las agencias de viajes que vende el paquete, forman parte del <b>consumo turístico interno</b> ; El resto de componentes, no producidos interiormente, forman parte del <b>consumo turístico emisor</b>                                  |
| Visitante residente cuyo destino está fuera del territorio económico del país de referencia | Otro distinto al país de referencia | El paquete, como un producto agregado, es parte del <b>consumo turístico emisor</b>       | Los componentes producidos interiormente, incluidos los servicios de las agencias de viajes que venden el paquete, forman parte del <b>consumo turístico interno</b> ; el resto de los componentes, no producidos interiormente, incluido el servicio del tour operador, forman parte del <b>consumo turístico emisor</b>         |
| Visitante no residente que viaja dentro del territorio económico del país de referencia     | El país de referencia               | El paquete, como un producto agregado, forma parte del <b>consumo turístico receptor</b>  | Los componentes producidos interiormente, incluidos los servicios del tour operador, forman parte del <b>consumo turístico receptor</b> el resto de los componentes, no producidos interiormente, incluido el servicio de las agencias de viajes que venden el paquete, se excluyen de la medición relativa al país de referencia |
| Visitante no residente que viaja dentro del territorio económico del país de referencia     | Otro distinto al país de referencia | El paquete, como un producto agregado, se excluye de la medición en el país de referencia | Los componentes producidos interiormente, forman parte del <b>consumo turístico receptor</b> el resto de los componentes, no producidos interiormente, incluido el servicio del tour operador y los servicios de las agencias de viajes que venden el paquete se excluyen de la medición en el país de referencia                 |

### A.2.2 Valoración neta de los servicios de las agencias de viajes

4.18 La valoración neta que resulta de la identificación del valor de los servicios de las agencias de viajes a partir de los costes de los servicios que ellas incluyen, tiene las siguientes consecuencias:

- a) en el caso de un visitante residente que viaja dentro del territorio económico del país de referencia, este desglose no tiene consecuencias sobre el valor total asignado al consumo del visitante; el único efecto es un diferente desglose por producto del consumo turístico interno;
- b) en el caso de un visitante residente que pretende viajar fuera del territorio económico del país de referencia y adquiere un servicio a través de una agencia de viajes antes de la salida, tienen que considerarse dos casos diferenciados:
  - el servicio vendido a través de la agencia de viajes es proporcionado por un productor residente; en ese caso, se divide el importe satisfecho por los visitantes entre el valor del servicio y el valor del servicio de la agencia de viajes, con todo, consiste en asignar el valor total al consumo turístico interno ya que ambos son facilitados por residentes; estamos en un caso similar al anterior: el importe total del gasto se asigna al consumo turístico interno, y se desglosa en sus dos componentes;
  - el servicio vendido a través de la agencia de viajes es proporcionado por un productor no residente; en ese caso, este servicio forma parte de lo que se ha definido como consumo turístico emisor (suponiendo que el consumo del servicio sucede fuera del país de referencia), aunque la parte correspondiente al valor de los servicios de la agencia de viajes en sí mismos continua formando parte del consumo turístico interno. El valor total del consumo no se altera por este nuevo tratamiento, aunque las partes correspondientes al consumo turístico interno y al consumo turístico emisor se modifican: el consumo turístico interno se incrementa en el valor de los servicios de la agencia de viajes mientras que el consumo turístico emisor disminuye en la misma cantidad;
- c) en el caso de un visitante no residente cuyo viaje le llevará dentro del territorio económico del país de referencia, y adquiere un servicio a través de una agencia de viajes antes de la salida, también se pueden dar dos situaciones diferenciadas, suponiendo que la agencia de viajes debe estar localizada fuera del territorio económico del país de referencia, por tanto el servicio propio de la agencia de viajes en sí mismo está fuera del ámbito de la CST (una operación entre dos no residentes):

- el servicio vendido a través de la agencia de viajes es proporcionado por un productor residente del país de referencia: a pesar de que el servicio propio de la agencia de viajes en sí mismo está fuera del ámbito de la CST, no sucede lo mismo con el servicio turístico “comercializado” por esta agencia, el cual forma parte del consumo turístico receptor; el valor neto del servicio (una vez deducido el coste del servicio de la agencia de viajes), aún forma parte del consumo turístico receptor, pero este valor es ahora menor que antes de esta operación, ya que los pagos efectuados por el productor a la agencia de viajes no residente tienen que ser deducidos;
- el servicio vendido a través de la agencia de viajes es proporcionado por un productor no residente: en ese caso, este servicio también se halla fuera del ámbito de la CST.

4.19 Como consecuencia de estos ajustes, no sólo se modifica el desglose por productos debido a esta forma de proceder, sino que también se modifican el valor total del consumo turístico interno, del consumo turístico emisor y del consumo turístico receptor, debido a la diferente residencia entre las agencias de viajes que “comercializan” los servicios turísticos, y la de los servicios turísticos que ellas comercializan. En el cuadro 4.2 se resumen las conclusiones.

#### **Cuadro 4.2**

Presentación resumida de los efectos globales de obtener los servicios de las agencias de viajes a partir del valor de los servicios turísticos

| <b>Características del visitante</b>   | <b>Residencia de las agencias de viajes</b> | <b>Clasificación en una valoración bruta</b>  | <b>Clasificación en una valoración neta</b>  |
|--|---|---|--|
| Visitante residente que viaja dentro del territorio económico del país de referencia | El país de referencia                       | El servicio adquirido, como un producto agregado, forma parte del <b>consumo turístico interno</b> ; el servicio de la agencia de viajes es un consumo intermedio para la producción de este servicio | En el valor del servicio (turístico) adquirido está descontado el valor del servicio de las agencias de viajes. Todos los componentes del servicio, incluido el de la agencia de viajes, forman parte del <b>consumo turístico interno</b> |

| <b>Características del visitante</b>  | <b>Residencia de las agencias de viajes</b> | <b>Clasificación en una valoración bruta</b>  | <b>Clasificación en una valoración neta</b>   |
|---|---|---|---|
| Visitante residente cuyo destino está fuera del territorio económico del país de referencia | El país de referencia                       | El servicio adquirido, como producto agregado, forma parte del <b>consumo turístico interno</b> si es producido interiormente y si no, forma parte del <b>consumo turístico emisor</b> ; el servicio de la agencia de viajes es un consumo intermedio para la producción de un servicio producido interiormente, o una exportación en caso contrario  | El valor neto de los componentes producidos interiormente, incluido el servicio de la agencia de viajes en sí mismo, forma parte del <b>consumo turístico interno</b> ; el valor neto del resto de los componentes, no producidos interiormente; forman parte del <b>consumo turístico emisor</b> |
| Visitante no residente del territorio económico del país de referencia                      | Distinta del país de referencia             | El servicio adquirido, como un producto agregado, se excluye de la medición relativa al país de referencia si no se produce interiormente; en caso contrario, forma parte del <b>consumo turístico receptor</b> ; el servicio de la agencia de viajes es un consumo importado para la producción de un servicio producido interiormente, o en caso contrario se excluye de la medición en el país de referencia | El valor neto de los componentes producidos interiormente, forma parte del <b>consumo turístico receptor</b> ; el resto de los componentes, incluidos los servicios de las agencias de viajes, se excluyen de la medición en el país de referencia  |

### **A.3 Clasificaciones utilizadas**

#### A.3.1. Comentarios generales

- 4.20 Del mismo modo que la elaboración de las 10 tablas que definen este nuevo instrumento estadístico se llevará probablemente a cabo en dos fases diferenciadas (véanse los párr. 4.3 - 4.6), también las clasificaciones a utilizar responderán a diferentes fases de desarrollo de las clasificaciones a nivel internacional.
- 4.21 Por el momento, y a los efectos de la comparabilidad internacional de los resultados que habrán de compilarse en las tablas 1 a 7 y 10 (el conjunto básico de las tablas), las presentes recomendaciones incluyen una lista de los productos y actividades considerados característicos del turismo (véanse los cuadros 4.3 y 4.4).

### A.3.2. Observaciones específicas

#### a) Productos

4.22 Los productos se clasifican en tres tipos y se agrupan en dos categorías diferentes: productos específicos del turismo (característicos y conexos) y productos no específicos (los que no se consideran de gran interés directo para el turismo).

#### b) Unidades productoras

4.23 Respecto a las unidades productoras, existen tres tipos de actividades que se definen por su producción principal y que pueden ser agrupadas en dos categorías diferenciadas: actividades específicas del turismo (características y conexas) y actividades no específicas (todas las demás actividades productivas) (véase el párr. 3.31).

4.24 Las actividades características del turismo se definen al mismo nivel de agregación que los productos característicos del turismo, a excepción de los servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías turísticos, de los servicios culturales y de los servicios deportivos y recreativos, que se presentan de forma agregada en términos de actividades y de forma detallada en términos de productos.

#### c) Lista de productos y actividades características del turismo.

4.25 En los cuadros 4.3 y 4.4, se presentan las listas de productos característicos del turismo y de las actividades características del turismo recomendadas para el establecimiento del conjunto básico de tablas.

| <b>Cuadro 4.3</b><br><b>Lista de productos característicos del turismo</b>   |
|--|
| <b>Descripción de productos</b>  |
| <p><b>1. Servicios de alojamiento</b></p> <p>1.1 Hoteles y otros servicios de alojamiento</p> <p>1.2 Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos</p> <p><b>2. Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b></p> <p><b>3. Servicios de transporte de pasajeros</b></p> <p>3.1 Servicios de transporte interurbano por ferrocarril</p> <p>3.2 Servicios de transporte por carretera</p> <p>3.3 Servicios de transporte marítimo</p> <p>3.4 Servicios de transporte aéreo</p> <p>3.5 Servicios conexos al transporte de pasajeros</p> <p>3.6 Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros</p> <p>3.7 Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros</p> <p><b>4. Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b></p> <p>4.1 Servicios de agencias de viajes</p> <p>4.2 Servicios de tour operadores</p> <p>4.3 Servicios de información turística y de guías de turismo</p> <p><b>5. Servicios culturales</b></p> <p>5.1 Representaciones artísticas</p> <p>5.2 Museos y otros servicios culturales</p> <p><b>6. Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento</b></p> <p>6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos</p> <p>6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo</p> <p><b>7. Servicios turísticos diversos</b></p> <p>7.1 Servicios financieros y de seguros</p> <p>7.2 Otros servicios de alquiler de bienes</p> <p>7.3 Otros servicios turísticos</p> |

| <b>Cuadro 4.4</b><br><b>Lista de actividades características del turismo</b>  |
|---|
| <b>Descripción de actividades</b>   |
| <p><b>1. Hoteles y similares</b></p> <p><b>2. Segundas viviendas en propiedad (imputada)</b></p> <p><b>3. Restaurantes y similares</b></p> <p><b>4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril</b></p> <p><b>5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera</b></p> <p><b>6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros</b></p> <p><b>7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros</b></p> <p><b>8- Servicios anexos al transporte de pasajeros</b></p> <p><b>9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros</b></p> <p><b>10. Agencias de viajes y similares</b></p> <p><b>11. Servicios culturales</b></p> <p><b>12. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento</b></p> |

Las tablas de correspondencia de la lista de productos característicos del turismo con la CCP versión 1.0, y de la lista detallada de las actividades características del turismo con la CIIU Rev.3 y la CIUAT, se incluyen en el Anexo II.

## **A.4. Tablas**

### A.4.1. Presentación general

- 4.26 Las tablas 1 a 6 siguen la valoración neta propuesta (es decir, la valoración neta de los servicios de las agencias de viajes, de los paquetes turísticos, y de los márgenes de distribución). En consecuencia, las tablas 1 a 6 permiten dividir el valor de los bienes adquiridos dentro del territorio económico en dos partes: los márgenes de distribución sobre estos bienes, y el resto del valor de los bienes, que incluye el valor básico y los impuestos netos sobre los productos. En el caso de que únicamente se identificase de forma separada el margen del comercio minorista, el resto del valor de los bienes incluirá los márgenes de distribución restantes.
- 4.27 Dado que el gasto en efectivo del consumo final de los visitantes es el componente más importante del consumo del visitante, las tres primeras tablas (1 a 3) se centran en esta variable de acuerdo a los diferentes tipos de turismo. A continuación, la tabla 4 combina todo el gasto en efectivo del consumo final de los visitantes y los ajustes necesarios para obtener el consumo total de, o a cuenta de, los visitantes, ya que estos ajustes no son fácilmente atribuibles a los diferentes tipos de turismo. La variable fundamental obtenida a partir de la tabla 4 es el consumo turístico interior, que es el agregado a comparar con la oferta interior para el cálculo de la incidencia económica del turismo en el país de referencia.
- 4.28 La tabla 5 es la tabla de oferta, en la que se presentan los productos y actividades características del turismo al mayor nivel de desagregación que, por el momento, parece razonable conseguir. Previamente se señaló (véanse los párr. 3.18 y 3.31), que este nivel de desagregación se ha propuesto exclusivamente a efectos de comparabilidad internacional de los datos reunidos por las organizaciones internacionales para sus publicaciones. No obstante, los países que establezcan sus propias clasificaciones de productos y actividades característicos y otros específicos, pueden tener un mayor grado de desagregación que el propuesto aquí. En consecuencia, la columna “industrias (ramas de actividad) conexas” incluye, de forma global, los valores correspondientes a las actividades consideradas como específicas en un país dado, pero que no se consideran como tales en la clasificación utilizada en las presentes recomendaciones. Por último, la columna “industrias (ramas de actividad) no específicas” muestra el valor global correspondiente al resto de industrias (ramas de actividad).
- 4.29 En la tabla 6 se presenta una confrontación global del consumo turístico interior con la oferta interior, a partir de la cual se puede obtener el valor añadido turístico y el PIB generado por el consumo turístico interior. Esta tabla constituye el núcleo de la CST: sin su elaboración, aun con datos parciales, no existe cuenta satélite de turismo.

- 4.30 La tabla 7 se refiere al empleo en las industrias turísticas; se incluye a pesar de las dificultades de evaluación que supone, en reconocimiento de su importancia fundamental.
- 4.31 Como ya se ha comentado (véase el párr. 4.6), la elaboración de las tablas 8 y 9, relativas a la formación bruta de capital fijo turística y al consumo colectivo turístico tiene, por el momento, un carácter exclusivamente experimental. A pesar de que son pocos los países que a día de hoy disponen de la información necesaria para elaborarlas, estas tablas se deberían estimar en el futuro, debido a su importancia para el análisis del turismo.
- 4.32 Finalmente, la tabla 10 presenta un número limitado de indicadores no monetarios, principalmente en términos de unidades físicas, los cuales son necesarios para facilitar la estimación y la adecuada interpretación de la información monetaria presentada en las otras tablas básicas 1 a 7.
- 4.33 La mayoría de las tablas que aquí se presentan se pueden establecer tanto a precios corrientes como a precios constantes, en moneda nacional y, para el turismo internacional, en divisas. Las valoraciones a precios constantes sólo se pueden aplicar de forma válida a las partidas relativas a los productos, tanto de mercado como no de mercado. Las valoraciones a precios constantes se deben realizar siguiendo los principios del SCN 1993.

#### A.4.2 Descripción

##### **Tablas 1, 2, 3**

##### **Gasto en efectivo del consumo final por el visitante, por productos y tipos de turismo**

- 4.34 Las tablas 1 a 3 describen el componente más importante del consumo del visitante: gasto en efectivo del consumo final del visitante. La tabla 1 se centra en el turismo receptor; la tabla 2 en el turismo interno; y la tabla 3 en el turismo emisor. El desglose por productos es el propuesto para todas las tablas; no obstante, en ninguna de las tablas 1 a 3 debería aparecer anotación alguna en “segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos”, ya que esta partida de consumo es, por su naturaleza, parte de las operaciones en especie y será incluida en los ajustes totales necesarios para la estimación del consumo turístico interior, que es el objeto de la tabla 4.
- 4.35 Las tablas 1 a 3 comparten clasificaciones, desgloses y principios de valoración. El gasto en efectivo del consumo final del visitante se clasifica de acuerdo a los visitantes implicados; en el caso del consumo turístico receptor y del consumo turístico emisor, este desglose no tiene consecuencias. Pero en el caso del consumo turístico interno (tabla 2), son necesarios algunos ajustes específicos.

- 4.36 La tabla 2 recoge el gasto en efectivo del consumo final de los visitantes residentes en la economía doméstica, lo cual significa que también considera el consumo de aquellos residentes cuyos viajes les llevaron fuera del territorio económico del país de referencia y, consecuentemente, incluirá el correspondiente consumo en el país de referencia antes de abandonarlo o una vez hayan regresado. Estos dos conjuntos diferenciados de visitantes, al igual que su correspondiente nivel y composición del consumo, se deberían presentar por separado en lo posible. En ese caso, la estimación del consumo turístico interno requerirá algunos ajustes adicionales, porque no se puede asignar de forma específica parte del consumo a cualquiera de los conjuntos de visitantes (por ejemplo, la compra de bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística fuera del contexto de un viaje).
- 4.37 Las presentes recomendaciones sugieren un desglose entre excursionistas y turistas, y si fuera posible y significativo, se recomienda crear también, en el caso de los excursionistas, un desglose para los pasajeros en tránsito. Esto supondría una manera de garantizar una mejor interpretación de los datos y una mayor comparabilidad internacional.
- 4.38 Dos filas adicionales relacionan estos valores con el número de viajes y de pernoctaciones, lo que genera una correspondencia entre los datos monetarios y los indicadores no monetarios. A pesar de que la variación del número de viajes y de pernoctaciones no es estrictamente un indicador de volumen en el sentido de las cuentas nacionales, es importante seguir la evolución del consumo por viaje o del consumo por pernoctaciones como una primera aproximación con el fin de validar la calidad de los datos.

#### **Tabla 4**

##### **Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo**

- 4.39 La tabla 4 reúne todo el gasto en efectivo del consumo final del visitante asociado con el consumo turístico interno y receptor (el agregado que resulta es el consumo en efectivo del turismo interior), y junto con los otros componentes del consumo del visitante incluidos en el Cuadro 2.2 (véase el párr. 2.56). Estos componentes (a los que nos referimos como gasto en especie del consumo final del visitante, transferencias sociales turísticas en especie y gastos turísticos de las unidades productoras) se registran en una columna separada y de forma global, ya que no son fáciles de atribuir por tipos de turismo.
- 4.40 La última columna hace referencia al consumo turístico interior (en efectivo y en especie), que es el agregado que proporciona la medición más completa del consumo turístico en el país de compilación y es la referencia para obtener los agregados del valor añadido turístico y PIB turístico.
- 4.41 Los flujos se valoran de la misma forma que en las tablas anteriores, pero se deben añadir dos filas específicas: el valor de los bienes producidos interiormente y el de los bienes importados, ambos netos de márgenes de distribución.

4.42 La tabla 4 proporciona los datos sobre el consumo turístico interior que ahora pueden ser anotados directamente dentro de una estructura en la cual se pueden comparar el consumo y la oferta.

#### **Tabla 5**

#### **Cuentas de producción de las industrias turísticas y de las otras industrias**

4.43 La tabla 5 presenta las cuentas de producción de las industrias turísticas y de las otras industrias (es decir, las industrias conexas al turismo y las industrias no específicas del turismo) en el país de referencia, de forma adecuada para la comparación con el consumo turístico interior. Se resaltan e incorporan dentro de un marco general de análisis las industrias turísticas (véase el párr. 3.54) y los productos característicos del turismo. Esta tabla de producción se ajusta a la presentación establecida en el SCN 93: la producción se desglosa por productos, se valora a precios básicos (SCN 1993, párr. 6.205 a) y se representa en la parte superior de la tabla. A continuación, el consumo intermedio (también llamado insumos o inputs) se desglosa de acuerdo a la clasificación de la CCP y se valora a precios de adquisición (SCN 1993, párr. 6.215). La diferencia entre estos dos valores se llama valor añadido a precios básicos y se desglosa posteriormente en un tercer bloque de filas.

4.44 En las columnas, las cuentas de producción de las industrias turísticas, se presentan de forma individual siguiendo la clasificación que ha sido adoptada. Aquéllas referidas a las industrias conexas al turismo y a las otras industrias no específicas del turismo se presentan en dos columnas, donde se incluyen los correspondientes resultados globales de cada grupo de industrias. La producción se valora a precios básicos y su desglose por productos corresponde a una valoración neta, que fue definida anteriormente.

4.45 Debe observarse que las transformaciones a una valoración neta a partir de una valoración bruta, principalmente aquellas que tienen que ver con los paquetes turísticos y los servicios de las agencias de viajes (véanse los párr. 4.17 y 4.19), aunque pueden alterar los valores individuales de la producción, importaciones, exportaciones y consumos intermedios, no modifican los valores del valor añadido de cada actividad.

4.46 La parte inferior de la tabla presenta los insumos pormenorizados de los procesos de producción (clasificados de acuerdo a la CCP) y, a continuación, el valor añadido para cada actividad productiva y sus componentes. El consumo intermedio del resto de industrias (las industrias conexas al turismo y las industrias no específicas del turismo) se presenta de forma agregada. Estrictamente hablando, únicamente es necesaria de forma detallada la producción de las industrias turísticas.

## **Tabla 6**

### **Oferta interior y consumo turístico interior por productos**

- 4.47 La tabla 6 es el núcleo del sistema de la CST: en ella tiene lugar la confrontación entre la oferta y el consumo turístico interior, y donde se pueden realizar los cálculos del valor añadido turístico y del PIB turístico y de sus componentes.
- 4.48 Las filas de la tabla 6 son similares a las de la tabla 5. Esto es, el primer bloque de filas detalla la producción por productos característicos del turismo, destacando los servicios, y dentro de éstos, los servicios característicos del turismo. La producción total de una actividad (en columnas) se obtiene como la suma de sus producciones por producto. El bloque de filas siguiente muestra el consumo intermedio por producto y el total. La diferencia entre la producción total (a precios básicos) y los insumos totales (a precios de adquisición) proporciona el valor añadido a precios básicos. El último bloque de filas corresponde a los componentes del valor añadido.
- 4.49 Las columnas de la tabla 6 están, en primer lugar, organizadas por actividades productivas, resaltando las industrias turísticas, que se presentan de forma individual. Primero, se suma la oferta de los productores interiores para todas las actividades con el fin de obtener el valor agregado de la producción total de los productores interiores a precios básicos. A continuación, esta columna se añade a la columna siguiente, titulada "importaciones", que representa la oferta dentro de la economía nacional de los bienes y servicios importados (los casos marginales de los servicios de transporte dentro de la economía doméstica por productores no residentes, o los servicios de seguros facilitados por una compañía no residente para viajes de carácter interno,) y a una columna que registra el valor de los impuestos netos de subvenciones sobre los productos relativos a la producción interior y a las importaciones, con el fin de obtener la columna titulada "total de la oferta interior a precios de adquisición".
- 4.50 Esta oferta interior total se compara sistemáticamente con el consumo turístico interior, producto por producto (es decir, para cada fila). En algunos casos (véanse los párr. 4.87-4.89), se puede excluir de esta confrontación, en el caso de los minoristas, el valor de los bienes a precios básicos o a precios de adquisición. Se establece la cuota del consumo turístico interior de cada componente de la oferta por actividades y por productos, de forma global para cada producto.
- 4.51 Se presenta una columna de la participación turística para la mayoría de las variables presentadas en columnas. El objetivo es establecer qué parte del valor de la variable es atribuible al consumo turístico interior. Respecto a la producción (la parte superior de la tabla), estos valores de la participación del turismo se pueden establecer de diferentes formas: a partir de información directa de los proveedores (información de sus tipos de clientes), a partir de los propios visitantes (encuestas por muestreo sobre los gastos por productos), o a partir de

la opinión de expertos que conozcan bien los comportamientos. La última columna de la tabla 6 facilita el “ratio turístico” sobre la oferta (expresado como la proporción de consumo del visitante respecto a la oferta interior de cada producto).

- 4.52 A partir de la participación turística establecida para la producción es posible, a través de diferentes cálculos que conllevan supuestos relativos a las tecnologías aplicadas a los procesos de producción de los establecimientos, estimar una participación turística para cada actividad para ser aplicada a los componentes del consumo intermedio; y a partir de la diferencia entre los valores de la producción atribuidos al consumo del visitante y al consumo intermedio, calcular el valor añadido generado por el consumo del visitante. Estos cálculos, suelen normalmente llevar consigo el uso de técnicas input-output y de procesos de reducción desde una tabla de origen y destino rectangular que haga referencia a los bienes, servicios y actividades, a una tabla input-output cuadrada producto por producto.
- 4.53 La consecuencia de este enfoque de utilizar distintos supuestos relativos a la producción de bienes y servicios turísticos es que los resultados están esencialmente modelizados, en vez de ser observados y derivados de datos estadísticos. Esto se debe al hecho que, como ya se ha comentado, el valor añadido está estrictamente asociado a un proceso de producción entendido en su conjunto y no a un producto específico.
- 4.54 En consecuencia, para cada actividad se puede establecer una estimación del valor añadido (a precios básicos) correspondiente al consumo turístico interior. Como resultado de sumar todas las actividades productivas es posible obtener el valor añadido total (a precios básicos) correspondiente a esa variable.
- 4.55 A pesar de que existen dificultades para establecer los supuestos para el cálculo del valor añadido turístico, los supuestos para el cálculo del PIB turístico son incluso más problemáticos. Esto se debe a que la diferencia entre el valor añadido turístico y el PIB turístico consiste fundamentalmente en impuestos y subvenciones, y las proporciones de turismo apropiadas para estas partidas no necesariamente están tan relacionadas con la producción de productos turísticos como en el caso del consumo intermedio y de la producción. Aunque el cálculo del PIB turístico resulta factible, se debería señalar que existen consideraciones adicionales a tener en cuenta cuando se realiza este cálculo por las cuales es necesario tener cuidado a la hora de su uso y de su interpretación.
- 4.56 A partir de la tabla 6 se puede obtener estimaciones tanto del valor añadido turístico como del PIB turístico generado por el consumo turístico interior. El valor añadido turístico se obtiene al sumar el valor añadido correspondiente al consumo turístico interior para todas las actividades. Para obtener el PIB generado por el consumo turístico interior, se deberían sumar al valor añadido turístico los impuestos netos de subvenciones sobre los productos y sobre las importaciones relacionadas con productos turísticos, cuyo valor corresponde

exactamente a la diferencia entre esta variable valorada a precios de comprador y su valor a precios adquisición, puesto que a los márgenes de distribución ya se les ha otorgado el tratamiento apropiado.

- 4.57 Teóricamente, estos agregados (valor añadido turístico y el PIB turístico) (véanse los párr. 4.82-4.98) deberían ser independientes del detalle con que se realicen estos cálculos en particular de las actividades productivas características del turismo que han sido identificadas. En la práctica, sin embargo, ése no es el caso, porque el valor añadido por producto no es observable de forma directa. Cuanto más detallado es el análisis y más precisos y rigurosos son los supuestos sobre la forma en que el consumo turístico afecta a cada actividad productiva, más precisa es la medición.

### **Tabla 7**

#### **Empleo en las industrias turísticas**

- 4.58 La estacionalidad, la gran variabilidad en las condiciones laborales, la flexibilidad y la escasa formalización de muchos contratos laborales en numerosas unidades de producción pequeñas, son los principales obstáculos para obtener datos significativos relativos al empleo en las industrias turísticas. Esto explica porqué, aunque no existe duda de que el empleo es una variable fundamental a la hora de describir la importancia económica del turismo, las limitaciones estadísticas no permiten que estas recomendaciones sean muy ambiciosas por ahora.
- 4.59 La medición del empleo está, por tanto, limitada al empleo en las industrias turísticas y los indicadores para expresar su magnitud serán el número de puestos de trabajo y el de personas empleadas que tienen al menos un puesto de trabajo en estas industrias.
- 4.60 Se proponen dos grandes desgloses del número de puestos de trabajo: uno, de acuerdo al sexo de la persona empleada; y el otro, de acuerdo con una clasificación simplificada según la categoría laboral donde únicamente se diferencian los asalariados del resto de la fuerza de trabajo.
- 4.61 El número de personas empleadas se clasifica por actividad de acuerdo a su empleo principal, definido, bien por el número de horas trabajadas, o bien, por la renta generada. Únicamente se propone un desglose por género.
- 4.62 Como variable adicional, también se recoge el número de establecimientos en cada industria turística, a fin de que pueda ser calculado el número medio de puestos de trabajo en cada establecimiento, por género y por categorías laborales.
- 4.63 En consecuencia, la medición aquí propuesta hace referencia a una cuantificación limitada del empleo de acuerdo a su significado estadístico (dado que no todo el volumen relativo a una industria corresponde al consumo turístico) y a su cobertura (dado que existen diferentes niveles de empleo en las industrias no turísticas que corresponden parcialmente al consumo turístico).

## **Tabla 8**

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

- 4.64 Las filas de la tabla 8 muestran la lista propuesta de partidas de la formación bruta de capital fijo relativas al turismo (véase el anexo IV), y las columnas muestran diferentes bloques. El primer bloque incluye las adquisiciones netas de todos los bienes de capital para cada una de las industrias turísticas y permite obtener el agregado “formación bruta de capital fijo de las industrias turísticas”. Le sigue dos columnas que incluyen adquisiciones netas de bienes de capital específicos del turismo, de las administraciones públicas y del resto de las industrias. La columna final registra el total de cada bien de capital adquirido.
- 4.65 La tabla 8 presenta datos bajo las dos primeras perspectivas analíticas mencionadas (véase el párr. 2.81); el objetivo es presentar un conjunto de datos básico que se pueda utilizar para obtener diferentes agregados. Sin embargo, en las presentes recomendaciones, no aparece la identificación precisa de un agregado denominado “formación bruta de capital fijo turística”.
- 4.66 “Pro memoria” se propone la inclusión en esta tabla de activos no financieros no producidos. Estos activos no se producen y, por tanto, no forman parte de la formación bruta de capital fijo en el marco del SCN 1993. No obstante, estos activos podrían representar un componente importante de la inversión turística no financiera. En la tabla 8 se ofrece una diferenciación entre los activos materiales no producidos (que comprenden el terreno para la construcción de edificaciones y estructuras turísticas y el terreno para recreo público y privado) y los activos inmateriales no producidos vinculados al turismo (comprenden derechos para licencias, acuerdos de leasing y otros contratos de cesión de propiedad o de uso, y fondo de comercio adquirido).

## **Tabla 9**

### **Consumo colectivo turístico por funciones y niveles de las administraciones públicas**

- 4.67 Se propone a título experimental la siguiente lista para la evaluación de los servicios colectivos turísticos no de mercado:
- Promoción turística.
  - Normativa general del turismo
  - Planificación y coordinación general relativa a asuntos turísticos
  - Elaboración de estadísticas, y de información de base sobre el turismo
  - Administración de las oficinas de información
  - Control y regulación de los establecimientos que están en contacto con los visitantes (hoteles, restaurantes, parques de recreo, etc.)

- Controles específicos a los visitantes residentes y no residentes: emisión de visados y controles en frontera
- Servicios especiales de defensa civil relacionados con la protección de los visitantes
- Otros servicios.

Sería ideal disponer de nuevos trabajos que relacionen una clasificación con la Clasificación de las Funciones de las Administraciones Públicas (CFAP).<sup>1</sup>

- 4.68 Debe resaltarse que se excluye la provisión de servicios individuales no de mercado, tales como aquéllos que proporcionan los parques nacionales y museos, ya que se tienen en cuenta dentro de las transferencias sociales turísticas en especie incluidas en el consumo del visitante.
- 4.69 La tabla 9 sugiere una elaboración de esta información por tipo de servicio y nivel de las administraciones públicas. La producción se mide, como sucede siempre en el caso de los servicios no de mercado en el SCN 1993, a través de los costes de producción, incluyendo el consumo de capital fijo como un componente de estos costes.
- 4.70 Se propone una columna adicional, como una partida "pro-memoria" con el fin de recoger información de estos servicios que favorecen a las industrias turísticas, pero que son financiados por las propias industrias, y por tanto, no se califican como consumo colectivo turístico; como sucede de hecho en muchos países, en los que las industrias turísticas son quienes financian parte de la promoción turística, las oficinas de información, etc. Es importante tener en cuenta estos gastos cuando se evalúa la eficiencia de las políticas a implementar.

#### **Tabla 10** **Indicadores no monetarios**

- 4.71 La tabla 10 presenta algunos indicadores cuantitativos, que han sido utilizados en algunas de las tablas previas y resultan importantes para la interpretación de la información monetaria presentada. Los indicadores comprenden el número de viajes por tipo de turismo y categoría de los visitantes, duración de la estancia, indicadores físicos respecto a las formas de alojamiento; modos de transporte utilizados por los visitantes no residentes que se desplazan hacia el territorio económico del país de referencia y por último, número y tamaño de los establecimientos que pertenecen a las actividades características del turismo y conexas al sector.
- 4.72 Como afirma el SCN 1993 explícitamente, los indicadores físicos son un componente esencial de las cuentas satélites y en ningún caso deben considerarse como parte secundaria de la CST (SCN 1993, párr. 21.5 y 21.113). Sin embargo, en el futuro será necesario mejorar la correspondencia entre la lista

provisional de indicadores no monetarios y la lógica que subyace en las tablas monetarias. Esto favorecerá la posibilidad de utilizar indicadores no monetarios como elemento fundamental en el análisis del turismo.

## **B. Los agregados**

- 4.73 Los agregados no son las características más importantes de la cuenta satélite de turismo, cuyo primer objetivo es facilitar información analítica y detallada sobre el turismo en todos sus aspectos: composición del consumo del visitante, actividades productivas más afectadas por las actividades de los visitantes, y relación con otras actividades productivas. A pesar de todo, tienen una importante repercusión política porque miden la importancia en términos cuantitativos del turismo en el país de referencia. Esta repercusión no puede ser obviada.
- 4.74 En consecuencia, estos agregados principales necesitan ser comparables con otros macro-indicadores dentro de un país.
- 4.75 Los agregados que se presentan se pueden medir en moneda nacional del país de referencia. El uso de divisas internacionales posibilitaría una comparabilidad internacional más directa, si bien esa conversión exige el uso de métodos específicos de equivalencia (debe evitarse el uso de la tasa oficial de cambio o de cualquier otra tasa de equivalencia).
- 4.76 Los agregados se pueden facilitar a precios corrientes (es decir, los que prevalecen actualmente), o a precios constantes (es decir, relativos a los precios de un período de referencia o base). La presentación última está diseñada para resaltar las variaciones en volumen de las actividades, diferentes de las variaciones de precios, y facilitar las comparaciones a lo largo del tiempo.

### **B.1 Principales agregados**

- 4.77 Las presentes recomendaciones sugieren el cálculo de los siguientes agregados, que son considerados como un conjunto de indicadores relevantes de la magnitud del turismo en una economía:
- Consumo turístico interior en efectivo
  - Consumo turístico interior (en efectivo y en especie)
  - Valor añadido de las industrias turísticas
  - Valor añadido turístico
  - PIB turístico

4.78 Estos son los agregados que se deben utilizar, por el momento, para comparaciones internacionales, es decir, en la primera etapa de la implantación de la CST.

#### B.1.1 Consumo turístico interior

4.79 En primer lugar, y por encima de todo, el turismo es básicamente un concepto de demanda, más precisamente un concepto de consumo. Las características del visitante (consumidor) determinan si el consumo de un producto está relacionado con el turismo o no. Por tanto, es legítimo conceder una importancia particular a los agregados que se centran en el consumo. Como se ha visto en el capítulo 2 (véase el párr. 2.57), las formas de turismo y los lugares donde se realiza el consumo turístico, son aspectos importantes que se deben tener en cuenta. El consumo turístico interior (en efectivo y en especie) caracteriza de forma global el volumen del consumo del visitante dentro del territorio económico del país de referencia, siendo el componente “en efectivo” el más importante.

4.80 Si se aplican los mismos principios del SCN 1993 que regulan la elaboración de las cuentas nacionales de un país, tiene sentido comparar estos agregados con los principales agregados de las cuentas nacionales, en particular, del mismo modo que se comparan con el producto nacional bruto, o con el producto interior bruto, con el total de importaciones, total de exportaciones, total del consumo final de los hogares o el superávit o déficit del sector público. Sin embargo, debe señalarse que los agregados del consumo del visitante no se deben expresar como una parte del producto interior bruto o del consumo final de los hogares a nivel agregado, puesto que difieren en cobertura. En particular, el consumo del visitante incluye flujos -gastos turísticos de las unidades productoras- que las cuentas nacionales clasifican como consumo intermedio de las actividades productivas y no como parte de la demanda final.

#### B.1.2. Oferta turística

4.81 Con el fin de caracterizar la oferta turística, se utilizan tres indicadores que son ligeramente diferentes y complementarios entre sí.

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

4.82 El valor añadido de las industrias turísticas, simplemente corresponde a la suma del valor añadido total de todos los productores característicos, sin considerar si toda su producción se suministra a los visitantes ni el grado de especialización de sus procesos de producción. No se tiene en cuenta el efecto del consumo del visitante sobre otras actividades productivas que pudieran dirigirse a ellos.

4.83 A pesar de que el valor añadido de las industrias turísticas es el indicador empleado generalmente para medir la importancia económica del turismo, probablemente sea un indicador inadecuado de la magnitud del turismo en un

país. El consumo del visitante de la producción de los distintos productores característicos puede variar desde una gran parte del total de la producción (ejemplo: transporte aéreo de pasajeros en línea regular, hoteles) a una pequeña proporción (ejemplo: restaurantes con servicio completo). Dado que el “carácter turístico” de una determinada producción no se define por su naturaleza particular, sino por la finalidad perseguida por el consumidor en su compra, se produce una mayor diferencia entre la producción de las industrias turísticas (oferta interior) y el consumo turístico interior (demanda interior) que para cualquier otro fenómeno económico definido de forma funcional, como la sanidad o la enseñanza., Como indicador tanto de la oferta como de la demanda, el Valor añadido de las industrias turísticas puede, por tanto, distorsionar el valor añadido efectivamente atribuido al consumo turístico interior del país de referencia.

4.84 En parte, la dificultad estriba en que la estimación del valor añadido de las industrias turísticas es dependiente de la definición de las industrias características, las cuales podrían diferir entre los países. Se debe también a las diferencias entre países, incluso aunque utilicen la misma gama de industrias características, que pueden conducir a evaluaciones de la incidencia del turismo en diferentes países no comparables.

#### b) Valor añadido turístico

4.85 Dado que un valor añadido se puede asociar al valor de la parte de la producción de una unidad productiva, el valor añadido turístico se define como el valor añadido generado por las industrias turísticas y otras industrias de la economía en respuesta al consumo turístico interior.

4.86 El valor añadido turístico incluye la parte del valor añadido generado en todas las industrias en el proceso de provisión de bienes y servicios a los visitantes, a visitantes potenciales, o a terceros en beneficio de los visitantes.

4.87 Comparando esta evaluación con el valor añadido de las industrias turísticas, este último incluiría todo el valor añadido generado por los restaurantes, ya que estas actividades están incluidas como una industria turística. Por otro lado, aunque el valor añadido turístico, incluiría el valor añadido generado por la provisión de comidas en restaurantes a los visitantes, no consideraría el valor añadido correspondiente a la provisión de comidas por estos mismos restaurantes a no visitantes. Asimismo excluiría el valor añadido generado por los restaurantes en cualquier otra actividad secundaria, como el catering a empresas locales o el alquiler de locales a terceros, y cualquier otro producto tanto en cuanto no es suministrado a los visitantes.

4.88 Significativamente, el valor añadido turístico también incluiría el correspondiente valor añadido asociado a la producción de aquellas actividades secundarias que, a pesar de formar parte del consumo del visitante, no se generan en establecimientos cuya actividad principal se corresponda con una actividad característica del turismo. En consecuencia, el valor añadido turístico se puede

considerar independiente de la definición de las industrias y productos característicos. Esto explica su utilidad como indicador de la incidencia económica del turismo comparable internacionalmente.

- 4.89 El cálculo del valor añadido turístico (y del consiguiente agregado: producto interior bruto turístico) presenta algunas dificultades en el caso de la adquisición de bienes por los visitantes. Estas dificultades se plantean a continuación.
- 4.90 A pesar de que los servicios conforman una parte importante de las compras de los visitantes, principalmente los servicios de transporte, alojamiento y alimentación, los visitantes también adquieren bienes para y durante su viaje, y en determinados casos, la compra de bienes podría constituir el objetivo del propio viaje como en el caso de viajes de compras a fábricas de venta directa o a zonas especiales libres de impuestos.
- 4.91 Como se señaló anteriormente, el consumo del visitante se valora utilizando el precio de adquisición de los bienes. Este es el precio completo pagado por el visitante por la compra, u otros en su beneficio.
- 4.92 En la mayoría de los casos, los productores de los bienes no son quienes venden su producción al consumidor final, ni quienes finalmente se dirigen a ellos; existe una cadena de proveedores de transporte, mayoristas y, finalmente, los minoristas que venden el producto al visitante. El producto podría haber sido producido en un área cercana, o bien en una economía diferente.
- 4.93 La cadena completa participa en la oferta del producto al visitante, desde el productor del bien, el que lo transporta el que lo comercializa de diferentes formas hasta, el último eslabón de la cadena, el minorista, quien vende el bien al visitante. El productor generalmente desconoce quién es el comprador final.
- 4.94 Es importante señalar que, el uso del valor de los bienes a precios de adquisición debería permitir la descomposición de la oferta turística entre el valor básico del bien y los correspondientes márgenes. Teóricamente, se debería disponer de la información de tal forma que permita la completa descomposición y, por tanto, la evaluación de la oferta turística respecto a los bienes no debería estar limitada por las consideraciones de los datos. Se puede dar el caso de que no se disponga del desglose de los diferentes márgenes; el tratamiento que se debe conceder en esas situaciones estará basado en el estudio de las variables afectadas.
- 4.95 El esquema de valoración utilizado en las tablas propuestas corresponde a un planteamiento coherente en el cual se explica claramente el valor de los productos y el correspondiente a los márgenes de distribución. Las tablas siguen la misma base de registro que las cuentas nacionales y, por consiguiente, las evaluaciones de los diferentes agregados se pueden definir de forma consistente con los principios utilizados en las cuentas nacionales.

- 4.96 De forma global, el tratamiento de los bienes dentro de la oferta turística, se complica al pretender decidir si se debe incluir toda la producción de los distintos productores inmersos en lograr la venta del bien, o bien, únicamente la producción de los productores con los cuales el visitante tiene un contacto directo, es decir, los minoristas. En ningún caso, el planteamiento está claro, ya que uno puede suponer distintos enfoques como que son ideales para los diferentes bienes dependiendo de la finalidad del análisis. Puede ser que para fines analíticos, un país decida un método u otro para reflejar el nivel de la oferta turística.
- 4.97 Para adoptar un planteamiento común en este campo, las presentes recomendaciones señalan que las organizaciones internacionales intergubernamentales (tales como la OMT, la OCDE y Eurostat) continuarán la tarea de definir criterios apropiados de evaluación para el análisis de los impactos económicos del turismo y de definir normas apropiadas para la presentación y comparación internacional de resultados. La experiencia de los países en el desarrollo y uso de sus CST supondrá en el futuro un importante insumo para esta tarea.
- 4.98 No obstante, dado que la elección del tratamiento tiene una importante incidencia sobre el nivel del valor añadido turístico, es necesario que los responsables de elaborar las cuentas especifiquen el tratamiento concedido a los bienes. Si se considera el valor añadido de todas las actividades inmersas en la oferta de los bienes, se debería facilitar una estimación de la repercusión de este método sobre el resultado.

c) Producto interior bruto generado por el consumo turístico interior

- 4.99 Siguiendo las recomendaciones del SCN 1993, el valor añadido de los agentes que llevan a cabo las operaciones se establece a precios básicos. Esto es, la producción de cada actividad se valora excluyendo los impuestos netos sobre los productos (es decir, impuestos indirectos netos de subvenciones sobre la producción), y los insumos se valoran a precios de adquisición, esto es, incluidos los márgenes de distribución y todos los impuestos netos sobre los productos. Sin embargo, aunque el gasto de consumo se valora en el SCN 1993 a precios de adquisición, esto es, incluidos todos los impuestos netos sobre los productos, existe una parte de la recaudación impositiva sobre los productos y sobre las importaciones de un país que se asocia directamente al consumo del visitante.
- 4.100 Dado que el PIB total de una economía es igual a la suma del valor añadido generado por todas las actividades productivas (a precios básicos) más los impuestos netos sobre los productos y las importaciones, es posible establecer normas para medir el PIB generado por el consumo del visitante. Éste es la suma del valor añadido (a precios básicos) generado en todas las industrias, en respuesta al consumo turístico interior, y el importe de los impuestos netos sobre los productos y sobre las importaciones incluido dentro del valor de este gasto.

4.101 El cuadro 4.5 muestra la relación entre los diferentes agregados económicos que caracterizan la magnitud del turismo desde el punto de vista de la oferta.

**Cuadro 4.5**

Relación de los diferentes agregados económicos que caracterizan la magnitud del turismo desde el punto de vista de la oferta

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

4.102 Es importante plantear aquí tres cuestiones:

- Los únicos indicadores que de forma estricta caracterizan a la oferta turística resultan del valor añadido turístico y del PIB turístico. El valor añadido de las industrias turísticas es un indicador del turismo desde el lado de la oferta, pero no está suficientemente bien definido en términos de sus relaciones con el consumo del visitante, como para considerarle el indicador de la oferta turística más preciso.
- El valor añadido turístico y el PIB turístico pueden proporcionar una medida de la importancia económica del turismo en un país en la misma línea que lo hace el PIB de cualquier actividad productiva. Sin embargo, no hacen referencia al turismo como una actividad productiva comparable a las actividades productivas del SCN 1993. Son indicadores que resultan a partir

de una aproximación del consumo y la oferta del turismo, y sus valores dependerán del ámbito de medida del consumo del visitante que adopte un país.

- La estimación del valor añadido turístico y del PIB turístico se basa en una serie de supuestos de la medición y, por tanto, se debe tener un especial cuidado cuando se utilicen o interpreten estos agregados.

## **B.2. Otros agregados**

4.103 En la presente sección, se hace referencia a un conjunto de cuatro agregados cuya elaboración, a excepción del primer agregado (empleo turístico), debe ser objeto de la segunda fase de desarrollo de la CST, como se mencionó anteriormente (véase el párr. 4.6).

4.104 En el caso de la formación bruta de capital fijo turística y del consumo colectivo turístico, resultado de las tablas 8 y 9 respectivamente, el carácter limitado de las estimaciones, no sólo es resultado de los numerosos problemas metodológicos sino que se puede atribuir también a falta de experiencia de las oficinas nacionales de estadística a la hora de plantear soluciones prácticas para la estimación de los datos correspondientes.

4.105 El último agregado (demanda turística total) es una medida sintética obtenida por la suma del consumo turístico interior (en efectivo y en especie), la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico. Este agregado puede resultar de interés analítico para la estimación del impacto económico del turismo en el país de referencia.

### B.2.1. Empleo turístico

4.106 La asociación de un nivel de empleo a una parte específica de la producción de una actividad productiva es necesaria para el cálculo del empleo generado por el consumo del visitante, pero es difícil de lograr y justificar teóricamente.

4.107 Debido a que sólo existe una experiencia limitada y parcial respecto a la asignación del empleo a una parte específica de la producción, las presentes recomendaciones no incluyen la elaboración de ninguno de los agregados de empleo turístico generado por el consumo del visitante.

4.108 En consecuencia, y por ahora, las presentes recomendaciones únicamente consideran el cálculo del empleo en las industrias turísticas (es decir, en el conjunto de establecimientos cuya principal actividad productiva es una actividad característica del turismo), a través de dos indicadores: número de puestos de trabajo y número de personas empleadas.

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

- 4.109 Como se señaló en los capítulos 2 y 3 existe toda una serie de perspectivas diferentes sobre la formación bruta de capital fijo turística, y se podrían establecer diferentes agregados en función del enfoque del análisis.
- 4.110 En consecuencia, la estimación del agregado de la formación bruta de capital fijo turística se propone sólo como un ejercicio de utilidad estadística y no se utilizará, por ahora, ningún agregado específico para las comparaciones internacionales.

### B.2.3. Consumo colectivo turístico

- 4.111 A pesar de que los servicios colectivos no de mercado han sido excluidos del consumo de los visitantes, esto no quiere decir que no sea importante medir la cuantía de los gastos de las administraciones públicas en los campos relacionados con el turismo de promoción, información, planificación, etc. y que no tenga cabida en la medición del agregado relativo a la importancia económica del turismo.
- 4.112 El sector público juega un papel importante en muchos países en el desarrollo armonioso de las actividades del turismo. Establece el marco legal que regula la actividad del turismo. Establece ciertos controles sobre la producción de servicios y, en algunos casos, garantiza la calidad del servicio que se facilita. Establece el marco legal para la inversión privada y dicta normas para la conservación del medio ambiente y del patrimonio histórico y cultural. Estudia los flujos de visitantes y ordena ciertas iniciativas de carácter público para atraer el flujo de visitantes a ciertas localidades y en determinadas temporadas. Organiza importantes eventos y coordina las iniciativas privadas encaminadas a atender a los visitantes. En ciertos casos, organiza y controla la financiación de las inversiones requeridas para el turismo.
- 4.113 Estas funciones pueden ser desarrolladas a diferentes niveles de las administraciones públicas: a nivel nacional, a nivel regional (subnacional), e incluso, a nivel de entidades locales.
- 4.114 El valor de estas diferentes actividades desarrolladas por las administraciones públicas se puede establecer de acuerdo a los mismos parámetros de medición de cualquier otro servicio colectivo no de mercado, es decir, a través de sus costes de producción. El valor del consumo es, por convenio, igual al valor de la producción.
- 4.115 Sin embargo, deben admitirse que además de sus limitaciones conceptuales, únicamente existe experiencia parcial y limitada en este tipo de medición. En consecuencia, la estimación del consumo colectivo turístico se propone únicamente como un ejercicio de utilidad estadística y no se utilizará, por ahora, para comparaciones internacionales.

#### B.2.4. Demanda turística total

- 4.116 El consumo turístico interior constituye el agregado central para calificar la magnitud del consumo directo del visitante dentro del país de referencia. No obstante, se pueden concebir conceptos más amplios de demanda turística y parece, por tanto, razonable considerar que el agregado del consumo turístico interior podría ser complementado significativamente con otros componentes de la demanda final generados por este enfoque sobre los visitantes. Sin embargo, debe quedar claro que la agregación de algunos componentes de la demanda turística no se debe considerar como sinónimos de la agregación de componentes de demanda para constituir la medición del producto interior bruto basado en el gasto.
- 4.117 En las presentes recomendaciones se propone un agregado adicional, la “demanda turística total”, que resulta de la suma del consumo turístico interior, la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico. No obstante, la definición y los problemas de evaluación asociados con la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico son, por extensión, igualmente importantes para la demanda turística total y, por tanto, aún no es posible ofrecer una definición precisa la demanda turística total.
- 4.118 En consecuencia, y conforme a las observaciones anteriores, las presentes recomendaciones aplazan la estimación de este agregado para comparaciones internacionales hasta que se logre una mayor experiencia y se acometa una mayor investigación metodológica, especialmente en relación con la formación bruta de capital fijo turística y el consumo colectivo turístico.

---

<sup>1</sup> Véase Classifications of Expenditure According to Purpose (publicación de las Naciones Unidas, Núm. Venta 00.XVII.6).

Tabla 1

**Consumo turístico receptor por productos y categorías de visitantes**  
(gasto en efectivo del consumo final del visitante)  
(Valoración neta)

| <b>Productos</b>  | <b>Excursionistas</b>         | <b>Turistas</b> | <b>Total visitantes</b>      |
|---|-------------------------------|-----------------|------------------------------|
|   | <b>(1.1)</b>                  | <b>(1.2)</b>    | <b>(1.3) = (1.1) + (1.2)</b> |
| <b>A. Productos específicos</b>   |                               |                 |                              |
| <b>A.1 Productos característicos (a)</b>                                |                               |                 |                              |
| <b>1 – Servicios de alojamiento</b>                                     | X                             |                 |                              |
| 1.1 – Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)                      | X                             |                 |                              |
| 1.2 – Segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos                  | X                             | X               | X                            |
| <b>2 – Servicios de provisión de alimentación y bebidas (3)</b>         |                               |                 |                              |
| <b>3 – Servicios de transporte de pasajeros (3)</b>                     |                               |                 |                              |
| 3.1 Interurbanos por ferrocarril (3)                                    |                               |                 |                              |
| 3.2 Carretera (3)   |                               |                 |                              |
| 3.3 Marítimo (3)  |                               |                 |                              |
| 3.4 Aéreo (3)   |                               |                 |                              |
| 3.5 Servicios conexos   |                               |                 |                              |
| 3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte                          |                               |                 |                              |
| 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación                             |                               |                 |                              |
| <b>4 – Agencia de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>        |                               |                 |                              |
| 4.1 Agencias de viajes (1)  |                               |                 |                              |
| 4.2 Tour operadores (2)   |                               |                 |                              |
| 4.3 Información turística y guías de turismo                            |                               |                 |                              |
| <b>5 – Servicios culturales (3)</b>                                     |                               |                 |                              |
| 5.1 Representaciones artísticas   |                               |                 |                              |
| 5.2 Museos y otros servicios culturales                                 |                               |                 |                              |
| <b>6 – Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (3)</b> |                               |                 |                              |
| 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos                         |                               |                 |                              |
| 6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo                           |                               |                 |                              |
| <b>7 – Servicios turísticos diversos</b>                                |                               |                 |                              |
| 7.1 Servicios financieros y de seguros                                  |                               |                 |                              |
| 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes                               |                               |                 |                              |
| 7.3 Otros servicios turísticos  |                               |                 |                              |
| <b>A.2 Productos conexos</b>  |                               |                 |                              |
| márgenes de distribución  |                               |                 |                              |
| bienes (4)  |                               |                 |                              |
| servicios   |                               |                 |                              |
| <b>B. Productos no específicos</b>                                      |                               |                 |                              |
| márgenes de distribución  |                               |                 |                              |
| bienes (4)  |                               |                 |                              |
| servicios   |                               |                 |                              |
| <b>TOTAL</b>  |                               |                 |                              |
|   | número de llegadas            |                 |                              |
|   | número de días/pernoctaciones |                 |                              |

X no aplicado

- (1) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes
- (2) Corresponde a los márgenes de los tour operadores
- (3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores
- (4) El valor es neto de los márgenes de distribución

(a) Aunque denominados "productos" no se incluye ningún bien por el momento.

Dos principales razones llevaron a esta decisión:

- la importancia de las diferencias existentes (tanto de nivel como de estructura) entre los tipos de bienes adquiridos por los visitantes en función del país y lugar visitado;
- las limitaciones existentes en las fuentes de información estadística disponibles.

Sin embargo, los bienes no están totalmente excluidos del análisis, ya que se incluyen en la lista los servicios de venta al por menor (especializados y no especializados) asociados con la venta de bienes a los visitantes. Esto es debido al hecho de que la actividad productiva asociada es una actividad que está en contacto con el visitante y de este modo, dada ciertas circunstancias, puede considerarse como una actividad turística.

Tabla 2

**Consumo turístico interno por productos y por grupos de visitantes residentes**  
**(gasto en efectivo del consumo final del visitante)**  
*(Valoración neta)*

| Productos   | Visitantes residentes que viajan únicamente dentro del país de residencia |                |  | Visitantes residentes que viajan a un país diferente (*) |                |  | Todos los visitantes residentes (**) |                                |  |
|---|---|----------------|--|--|----------------|--|--------------------------------------|--------------------------------|--|
|   | Excursionistas (2.1)  | Turistas (2.2) | Total visitantes (2.3) = (2.1) + (2.2) | Excursionistas (2.4)                                     | Turistas (2.5) | Total visitantes (2.6) = (2.4) + (2.5) | Excursionistas (2.7) = (2.1) + 2.4)  | Turistas (2.8) = (2.2) + (2.5) | Total visitantes (2.9) = (2.3) + (2.6) |
| <b>A. Productos específicos</b>   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>A.1 Productos característicos (a)</b>                                |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>1 – Servicios de alojamiento</b>                                     | X   |                |  | X  |                |  | X                                    |                                |  |
| 1.1 – Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)                      | X   |                |  | X  |                |  | X                                    |                                |  |
| 1.2 – Segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos                  | X   | X              | X                                      | X  | X              | X                                      | X                                    | X                              | X                                      |
| <b>2 – Servicios de provisión de alimentación y bebidas (3)</b>         |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>3 – Servicios de transporte de pasajeros (3)</b>                     |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.1 Interurbanos por ferrocarril (3)                                    |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.2 Carretera (3)   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.3 Marítimo (3)  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.4 Aéreo (3)   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.5 Servicios conexos   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte                          |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación                             |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>4 – Agencia de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>        |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 4.1 Agencias de viajes (1)  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 4.2 Tour operadores (2)   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 4.3 Información turística y guías de turismo                            |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>5 – Servicios culturales (3)</b>                                     |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 5.1 Representaciones artísticas   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 5.2 Museos y otros servicios culturales                                 |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>6 – Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (3)</b> |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos                         |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo                           |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>7 – Servicios turísticos diversos</b>                                |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 7.1 Servicios financieros y de seguros                                  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes                               |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| 7.3 Otros servicios turísticos  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>A.2 Productos conexos</b>  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| márgenes de distribución  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| bienes (4)  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| servicios   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>B. Productos no específicos</b>                                      |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| márgenes de distribución  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| bienes (4)  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| servicios   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| <b>TOTAL</b>  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| número de llegadas  |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |
| número de días/pernoctaciones   |   |                |  |  |                |  |                                      |                                |  |

X no aplicado

(a) Véase la nota de la tabla 1

(\*) Este conjunto de visitantes se refiere a aquéllos cuyo viaje les llevará fuera del territorio económico del país de referencia y, por tanto, esta columna incluirá el correspondiente gasto en consumo turístico en el país de referencia antes de abandonarlo y al regreso.

(\*\*) Debido al hecho de que algunos gastos no pueden ser separados en ambos conjuntos ad hoc de categorías de visitantes (por ejemplo, los bienes de consumo duraderos de finalidad únicamente turística comprados o adquiridos fuera del contexto de cualquier viaje) la estimación del consumo turístico interno (el cual corresponde a la última columna de la tabla) requerirá algunos ajustes específicos. Por tanto, el proceso para obtener el consumo final en efectivo del visitante referido a todos los visitantes residentes no corresponde exactamente con la suma de sus componentes.

(1) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes

(2) Corresponde a los márgenes de los tour operadores

(3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores

(4) El valor es neto de los márgenes de distribución

Tabla 3

**Consumo turístico emisor por productos y categorías de visitantes  
(gasto en efectivo del consumo final del visitante)  
(Valoración neta)**

| <b>Productos</b>  | <b>Excursio-<br/>nistas<br/>(3.1)</b> | <b>Turistas<br/>(3.2)</b> | <b>Total visitantes<br/>(3.3)=(3.1)+(3.2)</b> |
|---|---------------------------------------|---------------------------|---|
| <b>A. Productos específicos</b>   |                                       |                           |   |
| <b>A.1 Productos característicos (a)</b>                                |                                       |                           |   |
| <b>1 – Servicios de alojamiento</b>                                     | X                                     |                           |   |
| 1.1 – Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)                      | X                                     |                           |   |
| 1.2 – Segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos                  | X                                     | X                         | X   |
| <b>2 – Servicios de provisión de alimentación y bebidas (3)</b>         |                                       |                           |   |
| <b>3 – Servicios de transporte de pasajeros (3)</b>                     |                                       |                           |   |
| 3.1 Interurbanos por ferrocarril (3)                                    |                                       |                           |   |
| 3.2 Carretera (3)   |                                       |                           |   |
| 3.3 Marítimo (3)  |                                       |                           |   |
| 3.4 Aéreo (3)   |                                       |                           |   |
| 3.5 Servicios conexos   |                                       |                           |   |
| 3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte                          |                                       |                           |   |
| 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación                             |                                       |                           |   |
| <b>4 – Agencia de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>        |                                       |                           |   |
| 4.1 Agencias de viajes (1)  |                                       |                           |   |
| 4.2 Tour operadores (2)   |                                       |                           |   |
| 4.3 Información turística y guías de turismo                            |                                       |                           |   |
| <b>5 – Servicios culturales (3)</b>                                     |                                       |                           |   |
| 5.1 Representaciones artísticas   |                                       |                           |   |
| 5.2 Museos y otros servicios culturales                                 |                                       |                           |   |
| <b>6 – Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (3)</b> |                                       |                           |   |
| 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos                         |                                       |                           |   |
| 6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo                           |                                       |                           |   |
| <b>7 – Servicios turísticos diversos</b>                                |                                       |                           |   |
| 7.1 Servicios financieros y de seguros                                  |                                       |                           |   |
| 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes                               |                                       |                           |   |
| 7.3 Otros servicios turísticos  |                                       |                           |   |
| <b>A.2 Productos conexos</b>  |                                       |                           |   |
| márgenes de distribución  |                                       |                           |   |
| bienes (4)  |                                       |                           |   |
| servicios   |                                       |                           |   |
| <b>B. Productos no específicos</b>                                      |                                       |                           |   |
| márgenes de distribución  |                                       |                           |   |
| bienes (4)  |                                       |                           |   |
| servicios   |                                       |                           |   |
| <b>TOTAL</b>  |                                       |                           |   |
|   | número de llegadas                    |                           |   |
|   | número de días/pernoctaciones         |                           |   |

X no aplicado

(a) Véase la nota de la tabla 1

(1) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes

(2) Corresponde a los márgenes de los tour operadores

(3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores

(4) El valor es neto de los márgenes de distribución

Tabla 4

Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo  
(Valoración neta)

| Productos   | Gasto en efectivo del consumo final del visitante |                                      |  | Otros componentes del consumo del visitante<br>(4.4)*** | Consumo turístico interior (en efectivo y en especie)<br>(4.5) = (4.3) + (4.4) |
|---|---|--------------------------------------|--|---|--|
|   | Consumo turístico receptor<br>(4.1)*              | Consumo turístico interno<br>(4.2)** | Consumo turístico interior, en efectivo<br>(4.1) + (4.2) = (4.3) |   |  |
| <b>A. Productos específicos</b>   |   |                                      |  |   |  |
| <b>A.1 Productos característicos (a)</b>                                  |   |                                      |  |   |  |
| <b>1 – Servicios de alojamiento</b>                                       |   |                                      |  |   |  |
| 1.1 – Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)                        |   |                                      |  |   |  |
| 1.2 – Segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos                    | X   | X                                    | X  |   |  |
| <b>2 – Servicios de provisión de alimentación y bebidas (3)</b>           |   |                                      |  |   |  |
| <b>3 – Servicios de transporte de pasajeros (3)</b>                       |   |                                      |  |   |  |
| 3.1 Interurbanos por ferrocarril (3)                                      |   |                                      |  |   |  |
| 3.2 Carretera (3)   |   |                                      |  |   |  |
| 3.3 Marítimo (3)  |   |                                      |  |   |  |
| 3.4 Aéreo (3)   |   |                                      |  |   |  |
| 3.5 Servicios conexos   |   |                                      |  |   |  |
| 3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte                            |   |                                      |  |   |  |
| 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación                               |   |                                      |  |   |  |
| <b>4 – Agencia de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>          |   |                                      |  |   |  |
| 4.1 Agencias de viajes (1)  |   |                                      |  |   |  |
| 4.2 Tour operadores (2)   |   |                                      |  |   |  |
| 4.3 Información turística y guías de turismo                              |   |                                      |  |   |  |
| <b>5 – Servicios culturales (3)</b>                                       |   |                                      |  |   |  |
| 5.1 Representaciones artísticas   |   |                                      |  |   |  |
| 5.2 Museos y otros servicios culturales                                   |   |                                      |  |   |  |
| <b>6 – Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (3)</b>   |   |                                      |  |   |  |
| 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos                           |   |                                      |  |   |  |
| 6.2 Otros servicios de esparcimiento y el recreo                          |   |                                      |  |   |  |
| <b>7 – Servicios turísticos diversos</b>                                  |   |                                      |  |   |  |
| 7.1 Servicios financieros y de seguros                                    |   |                                      |  |   |  |
| 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes                                 |   |                                      |  |   |  |
| 7.3 Otros servicios turísticos  |   |                                      |  |   |  |
| <b>A.2 Productos conexos</b>  |   |                                      |  |   |  |
| márgenes de distribución  |   |                                      |  |   |  |
| servicios   |   |                                      |  |   |  |
| <b>B. Productos no específicos</b>  |   |                                      |  |   |  |
| márgenes de distribución  |   |                                      |  |   |  |
| servicios   |   |                                      |  |   |  |
| Valor de los bienes producidos interiormente neto de márgenes de comercio |   |                                      |  |   |  |
| Valor de los bienes importados neto de márgenes de comercio               |   |                                      |  |   |  |
| <b>TOTAL</b>  |   |                                      |  |   |  |

X no aplicado

(a) Véase la nota de la tabla 1

(\*) Corresponde a 1.3 de la tabla 1

(\*\*) Corresponde a 2.9 de la tabla 2

(\*\*\*) Estos componentes (a los que nos hemos referido como gasto en especie del consumo final del visitante, transferencias sociales turísticas en especie del turismo y gastos turísticos de unidades productoras) se recogen de forma independiente ya que estos componentes no son fácilmente atribuibles por tipos de turismo.

(1) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes

(2) Corresponde a los márgenes de los tour operadores

(3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores

Tabla 5

Cuentas de producción de las industrias turísticas y de las otras industrias  
(Valoración neta)

| Productos   | INDUSTRIAS TURÍSTICAS   |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  | TOTAL industrias turísticas | Industrias conexas al turismo | Industrias no específicas del turismo | TOTAL producción de productores interiores (a precios básicos) |
|---|-------------------------|--|------------------------------|---|---|--|---|---|--|-------------------------------------|---------------------------|--|-----------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--|
|   | 1 - Hoteles y similares | 2 - Segundas viviendas en propiedad (imputada) | 3 - Restaurantes y similares | 4 - Transporte de pasajeros por ferrocarril | 5 - Transporte de pasajeros por carretera | 6 - Transporte de pasajeros por vía marítima | 7 - Transporte de pasajeros por vía aérea | 8 - Servicios anejos a los transportes de pasajeros | 9 - Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros | 10 - Agencias de viajes y similares | 11 - Servicios culturales | 12 - Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento |                             |                               |                                       |  |
| <b>A. Productos específicos</b>   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>A.1 Productos característicos (a)</b>                                  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>1 – Servicios de alojamiento</b>                                       |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 1.1 – Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)                        |                         | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 1.2 – Segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos                    | X                       |  | X                            | X   | X   | X  | X   | X   | X  | X                                   | X                         | X  |                             | X                             |                                       |  |
| <b>2 – Servicios de provisión de alimentación y bebida (3)</b>            |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 2.1 – Servicios de transporte de pasajeros (3)                            |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.1 Interurbanos por ferrocarril (3)                                      |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.2 Carretera (3)   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.3 Marítimo (3)  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.4 Aéreo (3)   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.5 Servicios conexos   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte                            |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación                               |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>4 – Agencia de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>          |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 4.1 Agencias de viajes (1)  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 4.2 Tour operadores (2)   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 4.3 Información turística y guías de turismo                              |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>5 – Servicios culturales (3)</b>                                       |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 5.1 Representaciones artísticas   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 5.2 Museos y otros servicios culturales                                   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>6 – Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (3)</b>   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos                           |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 6.2 Otros servicios de esparcimiento y el recreo                          |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>7 – Servicios turísticos diversos</b>                                  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 7.1 Servicios financieros y de seguros                                    |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes                                 |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 7.3 Otros servicios turísticos  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>A.2 Productos conexos</b>  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| márgenes de distribución  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| servicios   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>B. Productos no específicos</b>  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| márgenes de distribución  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| servicios   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| Valor de los bienes producidos interiormente neto de márgenes de comercio |                         | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| Valor de los bienes importados neto de márgenes de comercio               | X                       | X  | X                            | X   | X   | X  | X   | X   | X  | X                                   | X                         | X  | X                           | X                             | X                                     | X  |
| <b>TOTAL producción (a precios básicos)</b>                               |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| 1. Agricultura, productos forestales y de pesca                           |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 2. Minería y acero  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 3. Electricidad, agua y gas   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 4. Manufacturas   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 5. Trabajos de construcción   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 6. Servicios de comercio, restaurante y hotel                             |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 7. Servicios de transportes almacenamiento y comunicación                 |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 8. Servicios  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| 9. Servicios a la Comunidad, sociales y personales                        |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             | X                             | X                                     | X  |
| <b>Total Consumo intermedio (precios de adquisición)</b>                  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| <b>Total Valor añadido bruto de las actividades (a precios básicos)</b>   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| Remuneración de asalariados   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| Otros impuestos menos subvenciones a la producción                        |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| Ingreso mixto bruto   |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |
| Excedente bruto de explotación  |                         |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                               |                                       |  |

X no aplicado

(a) Véase la nota de la tabla 1

(1) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes

(2) Corresponde a los márgenes de los tour operadores

(3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores

**Tabla 6**  
**Oferta interior y consumo turístico interior por productos**  
*(Valoración neta)*

| Productos   | INDUSTRIAS TURÍSTICAS  |                           |   |                           |            |                           |  |                           | Total de las          |                           | Industrias conexas |                           | Industrias                    |                           | Producción total<br>productores<br>nacionales (a<br>precios básicos) | * | Impuestos menos<br>subvenciones a los<br>productos de<br>producción interior<br>e importación | Oferta interior<br>(precios de<br>comprador) | Consumo turístico<br>interior | Ratio del<br>turismo<br>sobre la<br>oferta |
|---|------------------------|---------------------------|---|---------------------------|------------|---------------------------|--|---------------------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|-------------------------------|---------------------------|--|---|---|--|-------------------------------|--|
|   | 1- Hoteles y similares |                           | 2 - Segundas viviendas<br>en propiedad (imputado) |                           | ***        |                           | 12 - Servicios deportivos<br>y otros servicios de<br>esparcimiento |                           | industrias turísticas |                           | al turismo         |                           | no específicas del<br>turismo |                           |  |   |   |  |                               |  |
|   | producción             | proporción<br>del turismo | producción  | proporción<br>del turismo | producción | proporción<br>del turismo | producción   | proporción<br>del turismo | producción            | proporción<br>del turismo | producción         | proporción<br>del turismo | producción                    | proporción<br>del turismo |  |   |   |  |                               |  |
| <b>A. Productos específicos</b>   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>A.1 Productos característicos (a)</b>                                  |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>1 – Servicios de alojamiento</b>                                       |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 1.1 – Hoteles y otros servicios de alojamiento (3)                        | X                      | X                         | X   | X                         | X          | X                         | X  | X                         |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  | X | X   |  |                               |  |
| 1.2 – Segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos                    |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>2 – Servicios de provisión de alimentación y bebidas (3)</b>           |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>3 – Servicios de transporte de pasajeros (3)</b>                       |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.1 Interurbanos por ferrocarril (3)                                      |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.2 Carretera (3)   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.3 Marítimo (3)  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.4 Aéreo (3)   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.5 Servicios conexos   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.6 Alquiler de bienes de equipo de transporte                            |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación                               |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>4 – Agencia de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>          |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 4.1 Agencias de viajes (1)  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 4.2 Tour operadores (2)   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 4.3 Información turística y guías de turismo                              |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>5 – Servicios culturales (3)</b>                                       |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 5.1 Representaciones artísticas   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 5.2 Museos y otros servicios culturales                                   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>6 – Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (3)</b>   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos                           |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo                             |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>7 – Servicios turísticos diversos</b>                                  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 7.1 Servicios financieros y de seguros                                    |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes                                 |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 7.3 Otros servicios turísticos  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>A.2 Productos conexos</b>  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| márgenes de distribución  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| servicios   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>B. Productos no específicos</b>  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| márgenes de distribución  |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| servicios   |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| Valor de los bienes producidos interiormente neto de márgenes de comercio |                        |                           | X   | X                         |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  | X                             | X  |
| Valor de los bienes importados neto de márgenes de comercio               | X                      | X                         | X   | X                         | X          | X                         | X  | X                         | X                     | X                         | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   | X  | X                             |  |
| <b>TOTAL producción (a precios básicos)</b>                               |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| 1. Agricultura, productos forestales y de pesca                           |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 2. Minería y acero  |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 3. Electricidad, agua y gas   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 4. Manufacturas   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 5. Trabajos de construcción   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 6. Servicios de comercio, restaurante y hotel                             |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 7. Servicios de transportes almacenamiento y comunicación                 |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 8. Servicios  |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| 9. Servicios a la Comunidad, sociales y personales                        |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           | X                  | X                         | X                             | X                         |  |   |   |  | X                             |  |
| <b>Total Consumo intermedio (precios de adquisición)</b>                  |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| <b>Total Valor añadido bruto de las actividades (a precios básicos)</b>   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| Remuneración de asalariados   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| Otros impuestos menos subvenciones a la producción                        |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| Ingreso mixto bruto   |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |
| Excedente bruto de explotación  |                        |                           |   |                           |            |                           |  |                           |                       |                           |                    |                           |                               |                           |  |   |   |  |                               |  |

X no aplicado

(a) Véase la nota de la tabla 1

\*\*\* Significa que todas las industrias turísticas del listado propuesto han de ser consideradas una por una al ser enumeradas.

\* Aquí nos referimos únicamente a aquéllos que son adquiridos dentro del país de referencia.

(1) Corresponde a los márgenes de agencias de viajes

(2) Corresponde a los márgenes de los tour operadores

(3) El valor es neto de las cantidades pagadas a las agencias de viaje y tour operadores

**Tabla 7**  
**Empleo en las industrias turísticas**

| Industrias turísticas  | Número de establecimientos | Número de puestos de trabajo |         |       | Categoría laboral |         |       |         |         |       | Número de personas empleadas |         |       |
|--|----------------------------|------------------------------|---------|-------|-------------------|---------|-------|---------|---------|-------|------------------------------|---------|-------|
|  |                            |                              |         |       | asalariados       |         |       | otros   |         |       |                              |         |       |
|  |                            | Hombres                      | Mujeres | Total | Hombres           | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total | Hombres                      | Mujeres | Total |
| 1 – Hoteles y similares                                      |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 2 – Segundas viviendas en propiedad (imputado)               |                            | X                            | X       | X     | X                 | X       | X     | X       | X       | X     | X                            | X       | X     |
| 3 – Restaurantes y similares                                 |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 4 – Transporte de pasajeros por ferrocarril                  |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 5 – Transporte de pasajeros por carretera                    |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 6 – Transporte marítimo de pasajeros                         |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 7 – Transporte aéreo de pasajeros                            |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 8 – Servicios anexos a los transportes de pasajeros          |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 9 – Alquiler de bienes de equipo de transportes de pasajeros |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 10 – Agencia de viajes y similares                           |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 11 – Servicios culturales                                    |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| 12 – Servicios deportivos y de recreo                        |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |
| <b>TOTAL</b>   |                            |                              |         |       |                   |         |       |         |         |       |                              |         |       |

X no aplicado

Tabla 8

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

|  | INDUSTRIAS TURÍSTICAS    |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  | Total industrias turísticas | Otras industrias          |       |       | Total de la formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y de otras industrias |
|--|--------------------------|--|------------------------------|---|---|--|---|---|--|-------------------------------------|---------------------------|--|-----------------------------|---------------------------|-------|-------|--|
|  | 1 - Hoteles y similares  | 2 - Segundas viviendas en propiedad (imputada) | 3 - Restaurantes y similares | 4 - Transporte de pasajeros por ferrocarril | 5 - Transporte de pasajeros por carretera | 6 - Transporte de pasajeros por vía marítima | 7 - Transporte de pasajeros por vía aérea | 8 - Servicios anexos a los transportes de pasajeros | 9 - Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros | 10 - Agencias de viajes y similares | 11 - Servicios culturales | 12 - Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento |                             | Administraciones públicas | Otras | Total |  |
|  | <b>Bienes de capital</b> |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| <b>A. Activos producidos no financieros</b>  |                          |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| <b>A1. Activos fijos materiales</b>  |                          |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 1. Alojamiento turístico   |                          |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 1.1. Hoteles y otros alojamientos colectivos   |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 1.2. Viviendas de uso turístico  |                          |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 2. Otras edificaciones y estructuras   |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 2.1. Restaurantes y locales similares  |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 2.2. Construcción de infraestructuras para transporte de pasajeros por carretera ferrocarril, mar y aire |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  | (1)                         |                           |       |       |  |
| 2.3. Edificaciones para servicios culturales y similares   |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 2.4. Construcción para actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento                          |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 2.5. Otras construcciones y estructuras  |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  | (1)                         | (1)                       |       |       |  |
| 3. Bienes de equipo para el transporte de pasajeros  |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 3.1. Carretera y ferrocarril   |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 3.2. Marítimo  |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 3.3. Aire  |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| 4. Maquinaria y bienes de equipo   |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  | (1)                         | (1)                       |       |       |  |
| <b>A2. Activos fijos inmateriales</b>  |                          | X  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  | (1)                         | (1)                       |       |       |  |
| <b>B. Mejora de terrenos utilizados para fines turísticos</b>  |                          |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |
| <b>TOTAL</b>   |                          |  |                              |   |   |  |   |   |  |                                     |                           |  |                             |                           |       |       |  |

Memo:

|   |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <b>C. Mejora de terrenos utilizados para fines turísticos</b> |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Materiales   |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. Inmateriales   |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>TOTAL</b>  |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

X no aplicado

(1) Sólo de propósito turístico

**Tabla 9**

**Consumo colectivo turístico por funciones y niveles de las administraciones públicas**

|   | Memo (*)                       |  |                             |  |  |
|---|--------------------------------|--|-----------------------------|--|--|
| <b>Funciones</b>  | <b>Nivel nacional</b><br>(9.1) | <b>Nivel regional</b><br>(Estados, CC.AA)<br>(9.2) | <b>Nivel local</b><br>(9.3) | <b>Total consumo colectivo turístico</b><br>(9.4)= (9.1)+(9.2)+(9.3) | <b>Consumo intermedio turístico por parte de las industrias turísticas</b> |
| Promoción turística   |                                |  |                             |  |  |
| Coordinación y planificación general relativa a los asuntos del turismo     |                                |  |                             |  | X  |
| Elaboración de las estadísticas y de información básica del turismo         |                                |  |                             |  | X  |
| Administración de las oficinas de información                               |                                |  |                             |  |  |
| Control y regulación de los establecimientos en contacto con los visitantes |                                |  |                             |  | X  |
| Control específico de los visitantes residentes y no residentes             |                                |  |                             |  | X  |
| Servicios de protección civil relativa a la protección de los visitantes    |                                |  |                             |  |  |
| Otros Servicios   |                                |  |                             |  |  |
| <b>TOTAL</b>  |                                |  |                             |  |  |

X no aplicado

(\*) Esta columna refleja el gasto por las industrias turísticas en promoción turística u otros servicios relativos a las funciones descritas, cuando sea relevante.



# Anexos



## Anexo I

### Lista de productos específicos del turismo (relativos al consumo del visitante)

1. La transposición de las Recomendaciones del SCN 1993 al caso del turismo con respecto a la conveniencia de hacer una distinción entre los productos característicos y conexos (SCN 1993, párr. 21.61, 21.62 y 21.66), debería seguir los siguientes criterios pragmáticos (véase el párr. 3.17):

**Productos característicos del turismo:** productos que en caso de ausencia de visitantes, en la mayoría de los países dejarían probablemente de existir en cantidad significativa, o para los cuales el nivel de consumo se vería sensiblemente disminuido, y para los que parece posible obtener información estadística.

**Productos conexos al turismo:** es una categoría residual que incluye aquellos productos 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;

**Productos específicos del turismo:** el conjunto de las dos categorías anteriores.

2. Dentro del conjunto de productos específicos asociados al turismo, la presente lista tiene en cuenta exclusivamente aquellos bienes y servicios de consumo adquiridos directamente por los visitantes; se excluyen, por tanto, los bienes de capital turísticos y los servicios colectivos no de mercado vinculados al turismo. También quedan excluidos los productos específicos del turismo del lado de la oferta que no sean bienes y servicios de consumo del visitante, tales como servicios de catering para empresas de transporte de viajeros y servicios de consultoría para el desarrollo turístico.
3. En adelante, no se incluye ningún bien en la presente lista. Dos razones principales llevaron a esta decisión:
  - la importancia de las diferencias existentes (tanto de nivel como de estructura) entre los tipos de bienes adquiridos por los visitantes en función del país y lugar visitados;
  - las limitaciones existentes en las fuentes de información estadística disponibles.
4. Sin embargo, los bienes no están totalmente excluidos del análisis: se incluyen los servicios de venta al por menor (especializados y no especializados) asociados con la venta de bienes a los visitantes. Esto es debido a que la

actividad productiva asociada es una actividad que está en contacto con el visitante y de este modo, dadas ciertas circunstancias, puede considerarse como una actividad turística.

5. De momento, los criterios utilizados para determinar cuándo un producto es característico del turismo o conexo son pragmáticos, dada la falta de experiencia en la utilización de listas pormenorizadas de productos en la cuantificación del impacto económico del turismo. Por la misma razón, la presente lista es provisional y cuando se tenga más experiencia en cuentas satélite orientadas funcionalmente para el turismo y en otras áreas, tales como sanidad o educación, será necesario ampliarla y modificarla.
6. El objetivo principal de la lista de productos específicos del turismo es posibilitar la comparabilidad internacional en el análisis económico del turismo. Además, debe utilizarse como una referencia en aquellos países que deseen desarrollar su propio listado de productos específicos del turismo.
7. Al ser una lista establecida con vistas a su uso universal, puede suceder que en un país determinado o bajo determinadas circunstancias, algunos productos considerados como específicos de una situación no se incluyan en la lista, o al contrario, que algunos productos considerados en la lista no sean específicos en ese caso concreto. Todos los países, siguiendo el criterio establecido, determinarán qué productos de la lista son conexos y cuáles son característicos del turismo, de acuerdo con la realidad local.
8. La lista de productos específicos del turismo derivó de la Versión 1.0 de la Clasificación Central de Productos, pero fue ampliada, cuando fue necesario, para el análisis del turismo. Se han tenido en cuenta otras clasificaciones, tales como la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), la Clasificación Estadística de Productos por Actividad (CPA) de la Unión Europea, la clasificación propuesta por la OCDE para el análisis del turismo, y también algunos listados establecidos por entidades nacionales con el mismo propósito.
9. En la codificación, se ha utilizado un código de 6 dígitos. Se presenta un punto entre el 5º y el 6º dígito. Los primeros cinco dígitos coinciden con el sistema de codificación de la versión 1.0 de la CCP, y el 6º dígito es propio de la lista de productos específicos del turismo.
10. Si el 6º dígito es un cero, significa que la partida tiene el mismo contenido que la del dígito de la Versión 1.0 de la CCP de la que proviene; si este código es distinto de cero, significa que corresponde a parte del dígito de la Versión 1.0 de la CCP. Por ejemplo, el código 63110.0, “servicios de alojamiento en hoteles y moteles”, tiene idéntico contenido que el código 63110 de la CCP, pero el código 63199.1, “coche cama...”, corresponde a parte del código 63199 de la CCP.
11. Finalmente, se añaden unas notas explicativas para identificar con mayor precisión el contenido específico de cada uno de los elementos de la lista.

**Lista de productos específicos del turismo  
(relativos al consumo del visitante)**

| <b>CCP/código</b> | <b>Título</b>  |
|-------------------|--|
| 63110.0           | Servicios de alojamiento en hoteles y moteles  |
| 63191.0           | Servicios de centros de vacaciones y hogares de vacaciones                                     |
| 63192.0           | Servicios de arrendamiento de alojamientos amueblados  |
| 63193.0           | Servicios de albergues juveniles   |
| 63194.0           | Servicios de centros de entrenamiento y vacaciones para niños                                  |
| 63195.0           | Servicios para acampamentos y campamentos para remolques                                       |
| 63199.1           | Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes  |
| 63210.0           | Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante                        |
| 63220.0           | Servicios de provisión de comida en establecimientos de autoservicio                           |
| 63290.0           | Otros servicios de provisión de comida   |
| 63300.0           | Servicios de provisión de bebidas para su consumo en el local                                  |
|                   |  |
| 64111.1           | Servicios regulares de transporte de pasajeros por ferrocarril                                 |
| 64111.2           | Servicios no regulares de transporte de pasajeros por ferrocarril                              |
| 64112.0           | Servicios urbanos y suburbanos de transporte de pasajeros por ferrocarril                      |
| 64211.0           | Servicios regulares urbanos y suburbanos de transporte de viajeros por carretera               |
| 64212.0           | Servicios regulares especiales urbanos y suburbanos de transporte de viajeros por carretera    |
| 64213.0           | Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera                       |
| 64214.0           | Servicios regulares especiales interurbanos de transporte de viajeros por carretera            |
| 64219.1           | Servicios regulares de remontes para esquiar   |
| 64219.2           | Servicios de teleféricos y funiculares   |
| 64221.0           | Servicios de taxi  |
| 64222.0           | Servicios de alquiler de automóviles con conductor   |
| 64223.0           | Servicios de alquiler de autobuses y autocares con conductor                                   |
| 64224.0           | Servicios de transporte de viajeros por carretera en vehículos de tracción humana o animal     |
|                   |  |
| 65111.0           | Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos            |
| 65119.1           | Otros servicios regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior    |
| 65119.2           | Otros servicios no regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior |

|         |   |
|---------|---|
| 65119.3 | Servicios de crucero  |
| 65119.4 | Servicios de pasajeros en embarcaciones de carga  |
| 65130.1 | Servicios de alquiler de embarcaciones de cabotaje y exterior con tripulación para transporte de viajeros               |
| 65140.0 | Servicios de remolque y tracción de embarcaciones de cabotaje y transoceánicas  |
| 65211.0 | Servicios de transporte de viajeros en ferries por vías interiores de navegación  |
| 65219.1 | Servicios regulares de transporte de viajeros por vías interiores de navegación   |
| 65219.2 | Servicios de excursiones panorámicas  |
| 65219.3 | Servicios de cruceros   |
| 65230.0 | Servicios de alquiler de embarcaciones con tripulación para el transporte de viajeros por vías interiores de navegación |
| 65240.0 | Servicios de remolque y tracción en vías interiores de navegación   |
|         |   |
| 66110.0 | Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular  |
| 66120.1 | Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio no regular   |
| 66120.2 | Servicios de excursiones panorámicas en aeroplano o en helicóptero  |
| 66400.0 | Servicio de alquiler de aeronaves con tripulación   |
|         |   |
| 67300.0 | Servicios de ayuda a la navegación  |
| 67400.0 | Servicios auxiliares del transporte por ferrocarril   |
| 67510.0 | Servicios de estaciones de autobuses  |
| 67520.1 | Servicios de explotación de carreteras  |
| 67520.2 | Servicios de explotación de puentes y túneles   |
| 67530.1 | Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros  |
| 67590.0 | Otros servicios auxiliares del transporte por carretera   |
| 67610.0 | Servicios de explotación de puertos y vías de navegación (excepto carga y descarga)                                     |
| 67630.0 | Servicios de salvamento y reflotación de embarcaciones  |
| 67690.1 | Servicios auxiliares del transporte por vía acuática relacionados con el combustible                                    |
| 67690.2 | Servicios de mantenimiento y conservación de embarcaciones de pasajeros privadas  |
| 67710.1 | Servicios de explotación de aeropuertos (excepto carga y descarga)  |
| 67790.0 | Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial  |
|         |   |
| 67811.0 | Servicios de agencias de viaje  |
| 67812.0 | Servicios de tour-operador  |
| 67813.0 | Servicios de información turística  |
| 67820.0 | Servicios de guías de turismo   |
|         |   |

|         |  |
|---------|--|
| 71100.1 | Servicios de tarjetas de viaje   |
| 71100.2 | Servicios de crédito para viajes   |
| 71100.3 | Servicios de crédito para la adquisición de vehículos                                  |
| 71311.1 | Servicios de seguros de vida   |
| 71320.1 | Servicios de seguros de accidente en viaje   |
| 71320.2 | Servicios de seguros de enfermedad en viaje  |
| 71331.1 | Servicios de seguros de vehículos a motor privados                                     |
| 71334.1 | Servicios de seguros particulares de los viajeros en aeronaves                         |
| 71334.2 | Servicios de seguros particulares de los viajeros en embarcaciones                     |
| 71339.1 | Servicios de seguros de viajes   |
| 71552.0 | Servicios de cambio de divisas   |
|         |  |
| 72211.1 | Servicios auxiliares de las actividades de multipropiedad                              |
|         |  |
| 73111.0 | Servicios de leasing o alquiler de automóviles o camionetas sin conductor              |
| 73114.1 | Servicios de leasing o alquiler de caravanas/autocaravanas sin conductor               |
| 73115.1 | Servicios de leasing o alquiler de buques de pasajeros sin tripulación                 |
| 73116.1 | Servicios de leasing o alquiler de aeronaves de pasajeros sin tripulación              |
|         |  |
| 73240.1 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte terrestre que no sean a motor |
| 73240.2 | Servicios de leasing o alquiler de equipos para deportes de invierno                   |
| 73240.3 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte aéreo que no sean a motor     |
| 73240.4 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de playa o para deportes acuáticos          |
| 73240.5 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de camping                                  |
| 73240.6 | Servicios de leasing o alquiler de sillas de montar                                    |
| 73290.1 | Servicios de alquiler de cámaras fotográficas  |
|         |  |
| 83811.1 | Servicios de fotografías para pasaportes/visados                                       |
| 83820.0 | Servicios de revelado fotográfico  |
| 83910.0 | Servicios de traducción e interpretación   |
|         |  |
| 84510.0 | Servicios de bibliotecas   |
| 84520.0 | Servicios de archivos  |
|         |  |
| 85970.0 | Servicios de organización de ferias de muestras y exposiciones                         |
|         |  |
| 87141.0 | Servicios de mantenimiento y reparación de vehículos de motor                          |
| 87142.0 | Servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas y vehículos para nieve         |

|         |  |
|---------|--|
| 87143.0 | Servicios de mantenimiento y reparación de remolques, semirremolques y otros vehículos de motor no clasificados en otro lugar. |
| 87149.1 | Servicios de mantenimiento y reparación de embarcaciones de recreo de uso propio   |
| 87149.2 | Servicios de mantenimiento y reparación de aviones de recreo de uso propio   |
| 87290.1 | Servicios de mantenimiento y reparación de otros productos no clasificados en otro lugar                                       |
|         |  |
| 91131.1 | Servicios de licencias de pesca  |
| 91131.2 | Servicios de licencias de caza   |
|         |  |
| 91210.1 | Servicios de emisión de pasaportes   |
| 91210.2 | Servicios de emisión de visados  |
| 92900.1 | Servicios de enseñanza de idiomas  |
| 92900.2 | Servicios de licencias para academias de enseñanza   |
|         |  |
| 96151.0 | Servicios de proyección de películas cinematográficas  |
| 96230.0 | Servicios de explotación de salas de espectáculos  |
| 96310.0 | Servicios relacionados con actores   |
| 96411.0 | Servicios relacionados con museos, excepto lugares y edificios históricos  |
| 96412.0 | Servicios de conservación de lugares y edificios históricos  |
| 96421.0 | Servicios relacionados con jardines botánicos y zoológicos   |
| 96422.0 | Servicios relacionados con reservas naturales, incluyendo servicios de conservación de la fauna                                |
| 96510.0 | Servicios de promoción y organización de pruebas deportivas de competición y de esparcimiento                                  |
| 96520.1 | Servicios de campos de golf  |
| 96520.2 | Servicios de explotación de pistas de esquí  |
| 96520.3 | Circuitos de carreras  |
| 96520.4 | Servicios de academias de carreras   |
| 96520.5 | Servicios de playa y de parques recreativos  |
| 96590.1 | Deportes de aventura y riesgo  |
| 96620.1 | Servicios de escuelas deportivas   |
| 96620.2 | Servicios de guía (montaña, caza y pesca)  |
| 96910.1 | Servicios relacionados con parques temáticos   |
| 96910.2 | Servicios relacionados con carnavales  |
| 96910.3 | Servicios relacionados con ferias y carnavales   |
| 96920.1 | Servicios relacionados con casinos   |
| 96920.2 | Servicios relacionados con máquinas tragaperras  |
|         |  |
| 97230.1 | Servicios relacionados con gimnasios   |
| 97230.2 | Servicios de sauna y baños turcos  |
| 97230.3 | Servicios de masaje  |

|         |   |
|---------|---|
| 97230.4 | Servicios de balnearios   |
| 97910.0 | Servicios de acompañamiento o escolta   |
|         |   |
| 99000.0 | Servicios prestados por organizaciones y entidades extraterritoriales   |
| 62121.1 | Servicios de comercio al por menor de frutas y verduras en establecimientos no especializados   |
| 62122.1 | Servicios de comercio al por menor de productos lácteos, huevos y aceites y grasas comestibles en establecimientos no especializados  |
| 62123.1 | Servicios de comercio al por menor de carnes, aves y caza en establecimientos no especializados   |
| 62124.1 | Servicios de comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos no especializados   |
| 62125.1 | Servicios de comercio al por menor de productos de pastelería y confitería en establecimientos no especializados  |
| 62126.1 | Servicios de comercio al por menor de bebidas en establecimientos no especializados   |
| 62128.1 | Servicios de comercio al por menor de productos de tabaco en establecimientos no especializados   |
| 62132.1 | Servicios de comercio al por menor de tiendas de campaña y artículos de camping en establecimientos no especializados   |
| 62133.1 | Servicios de comercio al por menor de prendas de vestir, artículos de peletería y accesorios de vestir en establecimientos no especializados  |
| 62134.1 | Servicios de comercio al por menor de calzado en establecimientos no especializados   |
| 62142.1 | Servicios de comercio al por menor de equipos de radio y televisión, instrumentos musicales y discos, partituras musicales y cintas de música en establecimientos no especializados |
| 62151.1 | Servicios de comercio al por menor de libros, periódicos, revistas y papelería en establecimientos no especializados  |
| 62152.1 | Servicios de comercio al por menor de equipos fotográficos, de óptica y de precisión en establecimientos no especializados  |
| 62154.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos no especializados  |
| 62155.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos deportivos, incluyendo bicicletas, en establecimientos no especializados  |
| 62156.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos de piel y accesorios de viaje en establecimientos no especializados   |
| 62159.1 | Servicios de comercio al por menor de souvenirs en establecimientos no especializados   |
| 62175.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos de perfumería, cosmética y jabones de tocador en establecimientos no especializados   |
| 62181.1 | Servicios de comercio al por menor de vehículos de motor, motocicletas, vehículos para nieve y repuestos y accesorios en establecimientos no especializados                         |

|         |  |
|---------|--|
| 62182.1 | Servicios de comercio al por menor de otros equipos de transporte, excepto bicicletas, en establecimientos no especializados   |
| 62184.1 | Servicios de comercio al por menor de ordenadores y paquetes informáticos, en establecimientos no especializados   |
| 62191.1 | Servicios de comercio al por menor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y productos similares en establecimientos no especializados                                      |
| 62221.1 | Servicios de comercio al por menor de frutas y verduras en establecimientos especializados   |
| 62222.1 | Servicios de comercio al por menor de productos lácteos, huevos y aceites y grasas comestibles en establecimientos especializados  |
| 62223.1 | Servicios de comercio al por menor de carnes, aves y caza en establecimientos especializados   |
| 62224.1 | Servicios de comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados   |
| 62225.1 | Servicios de comercio al por menor de productos de pastelería y confitería en establecimientos especializados  |
| 62226.1 | Servicios de comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados   |
| 62228.1 | Servicios de comercio al por menor de productos de tabaco en establecimientos especializados   |
| 62232.1 | Servicios de comercio al por menor de tiendas de campaña y artículos de camping en establecimientos especializados   |
| 62233.1 | Servicios de comercio al por menor de prendas de vestir, artículos de peletería y accesorios de vestir en establecimientos especializados  |
| 62234.1 | Servicios de comercio al por menor de calzado en establecimientos especializados   |
| 62242.1 | Servicios de comercio al por menor de equipos de radio y televisión, instrumentos musicales y discos, partituras musicales y cintas de música en establecimientos especializados |
| 62251.1 | Servicios de comercio al por menor de libros, periódicos, revistas y papelería en establecimientos especializados  |
| 62252.1 | Servicios de comercio al por menor de equipos fotográficos, de óptica y de precisión en establecimientos especializados  |
| 62254.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados  |
| 62255.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos deportivos, incluyendo bicicletas, en establecimientos especializados  |
| 62256.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos de piel y accesorios de viaje en establecimientos especializados   |
| 62259.1 | Servicios de comercio al por menor de souvenirs en establecimientos especializados   |
| 62275.1 | Servicios de comercio al por menor de artículos de perfumería, cosmética y jabones de tocador en establecimientos especializados   |

|         |  |
|---------|--|
| 62281.1 | Servicios de comercio al por menor de vehículos de motor, motocicletas, vehículos para nieve y repuestos y accesorios en establecimientos especializados |
| 62282.1 | Servicios de comercio al por menor de otros equipos de transporte, excepto bicicletas, en establecimientos especializados                                |
| 62284.1 | Servicios de comercio al por menor de ordenadores y paquetes informáticos, en establecimientos especializados  |
| 62291.1 | Servicios de comercio al por menor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y productos similares en establecimientos especializados                 |

## Notas explicativas <sup>a</sup>

- 63110.0 Servicios de alojamiento en hoteles y moteles**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alojamiento y conexos proporcionados por hoteles, moteles, hospederías y lugares de alojamiento análogos.
- 63191.0 Servicios de centros de vacaciones y hogares de vacaciones**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alojamiento y servicios conexos prestados por campamentos de vacaciones para adultos o familias, cabañas para vacaciones y otras viviendas análogas para vacaciones. Se incluyen todos los demás servicios prestados por dichos establecimientos en conexión con la prestación de alojamiento
- 63192.0\* Servicios de arrendamiento de alojamientos amueblados**  
Esta subclase incluye:  
- alojamiento y servicios conexos prestados por casas con habitaciones de alquiler, hoteles con apartamentos, casas de huéspedes, apartamentos y casas particulares, granjas y centros de alojamiento similares. La mayoría de dichos centros solamente proporciona alojamiento, aunque algunos de ellos pueden incluir servicios de provisión de comida.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de alojamiento en hoteles, véase 63110;  
- servicios de alquiler de alojamientos amueblados a largo plazo, véase 72111 (pnt.) <sup>b</sup>

---

<sup>a</sup> En la codificación de las diferentes partidas de la lista, se ha utilizado un código de seis dígitos. Se ha incluido un punto entre los dígitos quinto y sexto. Los primeros cinco dígitos corresponden al sistema de codificación de la CCP, y el sexto dígito es utilizado exclusivamente para la lista de productos específicos del turismo. Si el sexto dígito es un cero, significa que la partida es la misma que la presentada en la CCP y de la que proviene, pero si el sexto dígito no es un cero la partida corresponde sólo parcialmente a la CCP. En consecuencia, las notas explicativas relacionadas con esas partidas que tienen un cero (0) en el último dígito son prácticamente las mismas que las de la Versión 1.0 de la CCP. Sin embargo, se ha añadido un asterisco (\*) después del último dígito en aquellos casos en los que no tiene lugar esta correspondencia. Este es fundamentalmente el caso de los productos: (a) que no se consideran relacionados con el turismo, y en ese caso se ha añadido la anotación “producto no turístico” (pnt); (b) que, por el contrario, están relacionados con el turismo y ya se han incluido en una partida específica de la clasificación a efectos de la correspondencia entre la CCP y la lista de productos específicos del turismo. Por último, cuando el último dígito es distinto de cero (0), la nota explicativa es diferente de la Versión 1.0 de la CCP y, por tanto, es específico de la lista de productos específicos del turismo.

<sup>b</sup> pnt – producto no turístico.

- 63193.0 Servicios de albergues juveniles**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alojamiento y servicios conexos prestados por albergues juveniles e instalaciones análogas. Estos servicios se distinguen de los servicios completos de hotel por la menor gama de servicios prestados;  
- servicios de refugios de montaña.
- 63194.0 Servicios de centros de entrenamiento y vacaciones para niños**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alojamiento y servicios conexos prestados por colonias de vacaciones para niños y jóvenes. Se incluyen todos los demás servicios prestados por dichos campamentos en relación con la prestación de alojamiento.
- 63195.0\* Servicios para acampamentos y campamentos para remolques**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alojamiento y servicios conexos prestados para remolques y vehículos de recreo en parques, sitios de acampada e instalaciones análogas. Dichos servicios pueden incluir solamente el terreno o el terreno y la tienda o remolques situados en él.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de alquiler a largo plazo de terrenos para casas rodantes residenciales, véase 72111 (pnt);  
- servicios de arrendamiento de casas rodantes y remolques para su utilización fuera de terrenos dedicados a este uso, véase 73114 (pnt).
- 63199.1 Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte, por ejemplo en transbordadores;  
- dormitorios para estudiantes y alojamientos para agrupaciones de estudiantes.
- 63210.0 Servicios de suministro de comida con servicios completos de restaurante**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de provisión y suministro de comidas y servicios conexos de suministro de bebidas prestados por restaurantes, cafeterías e instalaciones análogas que presten un servicio completo de camareros para clientes sentados a la mesa (con barras y reservados), con o sin espectáculo;

- servicios de provisión y suministro de comidas y servicios conexos de suministro de bebidas prestados en hoteles u otros lugares de alojamiento o en medios de transporte, por ejemplo trenes o a bordo de buques. Por lo general, se suministra un servicio completo de camarero para los clientes sentados a la mesa (con barras y reservados);
- servicios de vagón restaurante.

Esta subclase no incluye:

- servicios de suministro de bebidas sin preparación de comidas, véase 63300.0.

### **63220.0**

#### **Servicios de suministro de comida en establecimientos de autoservicio**

Esta subclase incluye:

- servicios de suministro de comidas en establecimientos de autoservicio. Estos establecimientos proporcionan espacio para sentarse pero no servicios de camarero; se incluye la preparación de comidas y los servicios de suministro de comidas y bebidas sin camarero, prestados por instalaciones de comida que ofrecen un surtido de alimentos precocinados y de otro tipo;
- servicios de cantina. Servicios de suministro de comidas y bebidas, generalmente a precios reducidos, a grupos de personas bien definidas que en su mayor parte están unidas por vínculos de carácter profesional, como el deporte, cantinas de fábricas u oficinas, cantinas de escuelas y cocinas escolares, servicios de locales de comida universitarios, comedores y cantinas para miembros de las fuerzas armadas, etc.

Esta subclase no incluye:

- el suministro de comidas en establecimientos sin camareros y que por lo general no ofrecen espacio para sentarse, véase 63290.0;
- servicios de suministro de bebidas sin preparación de alimentos, véase 63300.0.

### **63290.0\***

#### **Otros servicios de suministro de comida**

Esta subclase incluye:

- otros servicios de preparación de comidas y conexos de suministro de bebidas prestados por quioscos de refrescos, quioscos de venta de pescado con patatas fritas, instalaciones de suministro de comida rápida sin espacio para sentarse, e instalaciones de suministro de comida para su consumo fuera del local. Por lo general, estas instalaciones no ofrecen espacio para sentarse;
- servicios de heladerías y locales para la venta de pasteles;

- servicios de suministro de comidas y para comida rápida preparadas en el local y vendidas en máquinas automáticas;
- servicios móviles de suministro de comida, con preparación y suministro de comidas y bebidas para su consumo inmediato mediante un vehículo de motor o carros sin motor.

Esta subclase no incluye:

- servicios de suministro de comidas y alimentos de comida rápida que se han preparado en el local, vendidos en máquinas automáticas, véase 6242 (pnt).

#### **63300.0\***

##### **Servicios de provisión de bebidas para su consumo en el local**

Esta subclase incluye:

- servicios de suministro de bebidas, principalmente bebidas alcohólicas, prestados por bares, cervecerías, clubes nocturnos, discotecas e instalaciones análogas, con o sin espectáculo. Se incluyen esos servicios prestados por bares situados en hoteles u otros lugares de alojamiento o en medios de transporte, por ejemplo en trenes o a bordo de buques.

Esta subclase no incluye:

- servicios de comidas y alimentos de comida rápida que no se han preparado en el local vendidos en máquinas automáticas, véase 6242 (pnt);
- servicios para el suministro de comidas y conexos de suministro de bebidas, véase 632.

#### **64111.1**

##### **Servicios regulares de transporte por ferrocarril**

Esta subclase incluye:

- transporte regular interurbano de pasajeros por vía férrea, independientemente de la distancia recorrida y de la clase utilizada;
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se pueden llevar sin pagarlos aparte.

Esta subclase no incluye:

- servicios de coche cama, véase 63199.1;
- servicios de vagón restaurante, véase 63210.0.

#### **64111.2**

##### **Servicios no regulares de transporte por ferrocarril**

Esta subclase incluye:

- transporte no regular interurbano de pasajeros por vía férrea, independientemente de la distancia recorrida y de la clase utilizada;
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se pueden llevar sin pagarlos aparte.

**64112.0\* Servicios urbanos y suburbanos de transporte de pasajeros por ferrocarril**

Esta subclase incluye:

- transporte urbano y suburbano por vía férrea. El tráfico urbano se define como tráfico cuyo origen y destino se hallan dentro de los límites de la misma aglomeración urbana, y el tráfico suburbano de cercanías se define como el tráfico dentro de una zona metropolitana más extensa que incluye ciudades contiguas;
- servicios prestados por ferrocarriles urbanos de tránsito masivo (ferrocarriles subterráneos o elevados);
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se puedan llevar sin pagarlos aparte.

**64211.0 Servicios regulares urbanos y suburbanos de transporte de viajeros por carretera**

Esta subclase incluye:

- servicios de transporte de pasajeros por itinerarios y con horarios predeterminados, que pueden ser utilizados por cualquier usuario, por autobús, tranvía, trolebús y análogos, prestados dentro de los límites de una sola ciudad o de varias ciudades contiguas;
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se puedan llevar sin pagarlos aparte.

Esta subclase no incluye:

- transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía férrea, véase 64112.0.

**64212.0 Servicios regulares especiales urbanos y suburbanos de transporte de viajeros por carretera**

Esta subclase incluye:

- servicios de transporte de pasajeros por itinerarios y con horarios predeterminados para un segmento específico de usuarios, por ejemplo escuelas, colegios o empresas;
- transporte regular entre un centro urbano y aeropuertos o estaciones de ese centro urbano o lugares suburbanos, por autobús y limosinas que llevan al aeropuerto a varios pasajeros, con conductor;
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se puedan llevar sin pagarlos aparte.

Esta subclase no incluye:

- servicios de taxímetros, véase 64221.0;
- servicios de alquiler de automóviles con conductor, véase 64222.0;
- transporte de pasajeros a aeropuertos por vehículos de servicio no regular con conductor, véase 64221.0.

- 64213.0 Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de transporte interurbano de pasajeros por itinerarios y con horarios predeterminados, que pueden ser utilizados por cualquier usuario, por autobús, tranvía, trolebús y análogos;  
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se puedan llevar sin pagarlos aparte.
- 64214.0\* Servicios regulares especiales interurbanos de transporte de viajeros por carretera**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de transporte de pasajeros por itinerarios y con horarios predeterminados para un segmento específico de usuarios, por autobús, tranvía, trolebús y análogos;  
- transporte de un centro urbano a otro;  
- transporte regular entre un centro urbano y un aeropuerto o una estación de otro centro urbano por vehículos motor;  
- autobuses y limosinas que llevan al aeropuerto a varios pasajeros, con conductor.
- 64219.1 Servicios regulares de remontes para esquiar**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por medios de transporte por cable, como por ejemplo servicios de remonte para esquiar y servicios análogos prestados regularmente.
- 64219.2 Servicios de teleféricos y funiculares**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por medios de transporte por cable, como por ejemplo servicios de funiculares, teleféricos y servicios análogos prestados regularmente.
- 64221.0\* Servicios de taxi**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de taxímetro motorizado, incluidos los recorridos urbanos, suburbanos e interurbanos. Estos servicios se prestan generalmente según la distancia que se recorra, por una duración limitada de tiempo y para un destino específico. También se incluyen los servicios de reserva conexos;  
- servicios no regulares de transporte al aeropuerto con vehículos de servicio.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de taxímetro de tracción humana o animal, véase 64224.0;  
- servicios de ambulancia, véase 93192 (pnt).

- 64222.0 Servicios de alquiler de automóviles con conductor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler de automóviles con conductor, dondequiera que se presten, excepto los servicios de taxímetro. Estos servicios se prestan generalmente en un período de tiempo concreto y a un número limitado de pasajeros y pueden incluir el transporte a más de un punto de destino.
- 64223.0 Servicios de alquiler de autobuses y autocares con conductor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler de autobuses y autocares con conductor, generalmente prestados por un tiempo y para una distancia determinados. Incluyen generalmente el transporte a más de un destino;  
- servicios de visita turística, incluidas las visitas de ciudades. Aquí se incluyen servicios conexos que no se cobran separadamente (guías, suministro de comida, etc.).
- 64224.0\* Servicios de transporte de viajeros por carretera en vehículos de tracción humana o animal**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros en vehículos de tracción humana o animal o en vehículos, como el rickshaw, o por bestias de carga, siempre que con los vehículos o animales se presten los servicios de un conductor.
- 65111.0 Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por transbordadores, incluidos hidroalas y aerodeslizadores, de servicio regular o discrecional;  
- transporte de equipaje acompañado, animales y otros artículos que se puedan llevar sin pagarlos aparte (sin coste extra).
- 65119.1 Otros servicios regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y transoceánicas**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por embarcaciones marítimas de cabotaje y transoceánicas de servicio regular o discrecional, independientemente de la categoría del servicio;  
- transporte de pasajeros de un puerto a otro.

- 65119.2 Otros servicios no regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y transoceánicas**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por embarcaciones marítimas de cabotaje y transoceánicas de servicio discrecional, independientemente de la categoría del servicio;  
- transporte de pasajeros de un puerto a otro.
- 65119.3 Servicios de crucero**  
Esta subclase incluye:  
- cruceros marítimos, en los que el transporte, alojamiento, suministro de comidas y servicios circunstanciales no se facturan por separado.
- 65119.4 Servicios de pasajeros en embarcaciones de carga**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de cabotaje y transoceánico, tanto regular como discrecional, de pasajeros, independientemente de la categoría del servicio, sobre un velero diseñado fundamentalmente para servicios de carga, en los cuales el transporte, alojamiento, suministro de comidas y servicios circunstanciales, no se facturan por separado.
- 65130.1 Servicios de alquiler de embarcaciones de cabotaje y transoceánicas con tripulación para el transporte de viajeros**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de toda clase de embarcaciones marítimas de pasajeros autopropulsadas, con tripulación, para el transporte de cabotaje y transoceánico.
- 65140.0\* Servicios de remolque y tracción de embarcaciones de cabotaje y transoceánicas**
- 65211.0 Servicios de transporte de pasajeros en transbordadores por vías de navegación interior**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por ríos, canales y otras vías de navegación interior en transbordadores no marítimos, incluidos hidroalas y aerodeslizadores, en servicio regular o discrecional;  
- servicios de transporte de vehículos acompañados, equipaje, animales u otros artículos que se pueden llevar sin pagarlos aparte.
- 65219.1 Servicios regulares de transporte de pasajeros por vías de navegación interior**  
Esta subclase incluye:  
- transporte de pasajeros por ríos, canales y otras vías de navegación interior, en servicio regular, en embarcaciones de cualquier clase excepto transbordadores.

- 65219.2 Servicios de excursiones panorámicas**  
Esta subclase incluye:  
- excursiones y visitas turísticas en embarcaciones, por ríos, canales y otras vías de navegación interior.
- 65219.3 Servicios de cruceros**  
Esta subclase incluye:  
- cruceros por ríos, canales, y otras vías de navegación interior, en los que el transporte, alojamiento, suministro de comidas y servicios circunstanciales no se facturan por separado.
- 65230.0 Servicios de alquiler de embarcaciones con tripulación para el transporte de viajeros por vías de navegación interior**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de toda clase de embarcaciones autopropulsadas para vías de navegación interior, con tripulación, como embarcaciones de pasajeros (excepto embarcaciones de recreo), buques cisterna, embarcaciones para el transporte de carga seca a granel, embarcaciones de carga y de flete, remolcadores y embarcaciones de pesca.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de embarcaciones sin tripulación, véase 73115.1;  
- servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de embarcaciones de recreo para vías de navegación interior, véase 73240.5.
- 65240.0\* Servicios de remolque y tracción en vías de navegación interior**
- 66110.0 Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular**  
Esta subclase incluye:  
- transporte aéreo de pasajeros, con horarios e itinerarios establecidos. Estos servicios se prestan en aeronaves (helicópteros incluidos) de cualquier tipo;  
- transporte de equipaje de los pasajeros y otros artículos que se pueden llevar sin pagarlas aparte.
- 66120.1 Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio no regular**  
Esta subclase incluye:  
- transporte aéreo de pasajeros, en servicio no regular, prestados en aeronaves (helicópteros incluidos) de cualquier tipo;  
- transporte de equipaje de los pasajeros y otros artículos que se pueden llevar sin pagarlas aparte.

- 66120.2 Servicios de excursiones panorámicas en aeroplano o en helicóptero**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de visita turística y servicios de taxímetro aéreo en aeronaves o helicópteros.
- 66400.0 Servicio de alquiler de aeronaves con tripulación**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de aeronaves de transporte de pasajeros o de mercancías (helicópteros incluidos) de cualquier tipo y para cualquier finalidad, con tripulación. Estos servicios se suelen concertar por un período determinado y a menudo para más de un punto de destino.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de aeronaves sin tripulación, véase 73116.1.
- 67300.0 Servicios de ayuda a la navegación**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de ayuda a la navegación por radiolocalización, como por ejemplo el sistema mundial de determinación de la posición (GPS);  
- servicios prestados por faros, buques faro y buques boya, balizas para canales y otros dispositivos similares de ayuda a la navegación.
- 67400.0\* Servicios auxiliares del transporte por vía férrea**  
Esta subclase incluye:  
- servicios para pasajeros en las terminales de ferrocarriles (venta de billetes, reservas, envío de equipaje, consigna)  
- otros servicios auxiliares del transporte por ferrocarril que no estén clasificados en otro lugar.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de carga y descarga de cargamento en ferrocarriles, véase 67110 (pnt) para carga en contenedores y 67190 (pnt) para carga no transportada en contenedores o de equipaje de pasajeros.
- 67510.0\* Servicios de estaciones de autobuses**  
Esta subclase incluye:  
- servicios prestados a los pasajeros en estaciones de autobuses en relación con el transporte urbano, suburbano e interurbano de pasajeros en autobuses (venta de billetes, reservas, envío de equipaje, consigna).

- 67520.1 Servicios de explotación de carreteras**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de explotación de carreteras, caminos, calles y calzadas.
- 67520.2 Servicios de explotación de puentes y túneles**
- 67530.1\* Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros**  
Esta subclase no incluye:  
- servicios de alquiler mensual o anual de garajes cerrados o de plazas de garaje para vehículos, véase 72112 (pnt).
- 67590.0 Otros servicios auxiliares del transporte por carretera**
- 67610.0\* Servicios de explotación de puertos y vías de navegación (excepto carga y descarga)**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de explotación de puertos incluidos embarcaderos, dársenas, espigones, muelles y otras instalaciones portuarias relacionadas con las instalaciones de terminales marítimos, incluidos los servicios de terminales de pasajeros relacionados con el transporte marítimo;  
- servicios de explotación y mantenimiento de buques, barcasas y canales de navegación, ríos canalizados y otras vías de navegación artificiales;  
- servicios de explotación de esclusas, aliviaderos, desagües y limpieza de lodos;  
- servicios de remolque en canales no prestados por remolcadores, por ejemplo por tractor o locomotoras en el camino de sirga.
- 67630.0\* Servicios de salvamento y reflotación de embarcaciones**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de salvamento de embarcaciones en alta mar, en aguas costeras o en vías de navegación interior. Estas actividades consisten en rescatar embarcaciones en peligro o hundidas, así como sus cargamentos, y en reflotar embarcaciones zozobradas, varadas o encalladas.
- 67690.1 Servicios auxiliares del transporte por vía acuática relacionados con el combustible**  
Esta subclase incluye:  
- la carga de combustible de las embarcaciones independientemente del tipo de combustible.

- 67690.2 Servicios de mantenimiento y conservación de embarcaciones de pasajeros privadas**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de mantenimiento y conservación de embarcaciones de pasajeros privadas, excluidas las grandes reparaciones.
- 67710.1\* Servicios de explotación de aeropuertos (excepto carga y descarga)**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de explotación de terminales aéreas de pasajeros y servicios de tierra en aeropuertos, con inclusión de los servicios de pista.  
  
Esta subclase no incluye:  
- servicios de manipulación de la carga en terminales aéreas, véase 67110 (pnt).
- 67790.0\* Otros servicios auxiliares del transporte por vía aérea o espacial**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de lucha contra incendios o de prevención de incendios en aeronaves;  
- servicios de mantenimiento y conservación de aeronaves (excepto las reparaciones);  
- servicios de hangares;  
- remolque de aeronaves.  
  
Esta subclase no incluye:  
- servicios de limpieza de aeronaves, véase 853 (pnt).  
- servicios de desinfectación y exterminación en aeronaves, véase 85310 (pnt);  
- servicios de rescate mar-aire, véase 91290 (pnt);  
- servicios generales de escuelas de vuelo, véase 929 (pnt);  
- servicios de limpieza y remoción de nieve en pistas, véase 94310 (pnt).
- 67811.0 Servicios de agencias de viaje**  
Esta subclase incluye:  
- venta de billetes de viaje, alojamiento y viajes organizados a comisión o por contrato.
- 67812.0 Servicios de tour-operador**  
Esta subclase incluye:  
- servicio de organización y realización de viajes organizados en grupo (viajes "todo incluido"). Estos viajes organizados suelen incluir el transporte de pasajeros y equipaje, el alojamiento, las visitas turísticas organizadas y servicios análogos prestados durante un viaje organizado.

- 67813.0 Servicios de información turística**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de información, asesoramiento y planificación relacionados con el viaje. Estos servicios los prestan por lo general oficinas de turismo o instituciones análogas;  
- servicios de reserva de alojamiento;  
- servicios de reserva para aviones, trenes, autobuses y otras reservas relacionadas con los viajes.
- 67820.0 Servicios de guías de turismo**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de guías de turismo prestados por agencias de guías de turismo y guías de turismo por su propia cuenta.
- Esta subclase no incluye:  
- servicios de intérpretes, véase 83910.0;  
- servicios de guías de caza autónomos, véase 96620.2.
- 71100.1 Servicios de tarjetas de viaje**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concesión de créditos por medio del uso de tarjeta de crédito.
- 71100.2 Servicios de crédito para viajes**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concesión de créditos para la extensión de pagos de gastos de viaje.
- 71100.3 Servicios de crédito para la adquisición de vehículos**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concesión de créditos para la extensión de pagos para la adquisición de vehículos.
- 71311.1 Servicios de seguros de vida**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concertación de pólizas de seguros que estipulan el pago de las demandas a los derecho habientes en caso de fallecimiento de la persona asegurada o al asegurado superviviente si la póliza llega a su vencimiento.
- 71320.1 Servicios de seguros de accidente en viaje**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concertación de pólizas de seguros que proporcionan protección en caso de gastos médicos y hospitalarios y generalmente otros gastos de atención médica como medicamentos prescritos, aparatos médicos, ambulancia y servicios privados de enfermera atribuibles a accidentes ocurridos durante el trayecto.

- 71320.2 Servicios de seguros de enfermedad en viaje**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concertación de pólizas de seguros que proporcionan protección en caso de gastos médicos que no estén cubiertos por programas oficiales y generalmente otros gastos de atención médica como medicamentos prescritos, aparatos médicos, ambulancia y servicios privados de enfermera atribuibles a accidentes ocurridos fuera de determinada zona geográfica.
- 71331.1\* Servicios de seguros de vehículos a motor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concertación de pólizas de seguros que cubran los riesgos relacionados con la utilización de vehículos de motor, incluidos los utilizados para el transporte remunerado de pasajeros. Los riesgos cubiertos incluyen la responsabilidad y la pérdida del vehículo o los daños sufridos por el vehículo.
- 71334.1 Servicios de seguros particulares de los viajeros en aeronaves**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concertación de pólizas de seguros que cubran riesgos de daños o pérdida de bienes en aeronaves. Los riesgos cubiertos pueden incluir el incendio, el robo, las explosiones, las tormentas, el granizo, las heladas, las fuerzas naturales, la energía nuclear y el hundimiento de terrenos.
- 71334.2 Servicios de seguros particulares de los viajeros en embarcaciones**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de concertación de pólizas de seguros que cubran riesgos de daños o pérdida de bienes en embarcaciones. Los riesgos cubiertos pueden incluir el incendio, el robo, las explosiones, las tormentas, el granizo, las heladas, las fuerzas naturales, la energía nuclear y el hundimiento de terrenos.
- 71339.1\* Servicios de seguros de viajes**  
Esta subclase incluye:  
- seguro de cancelación o cobertura de otras pérdidas derivadas de modificaciones en los programas de viajes. El seguro de viaje puede abarcar los gastos médicos como parte de un seguro global que incluya el seguro de cancelación, etc.
- Esta subclase no incluye:  
- los seguros que sólo abarcan los gastos médicos efectuados durante el viaje, véase 71320 (pnt).

- 71552.0 Servicios de cambio de divisas**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de cambio de divisas proporcionados por oficinas de cambio, etc.
- 72211.1 Servicios auxiliares de las actividades de multipropiedad**
- 73111.0 Servicios de leasing o alquiler de automóviles o camionetas sin conductor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra y otros servicios de alquiler relativos a automóviles particulares con conductor, véase 64222.0.
- 73114.1 Servicios de leasing o alquiler de caravanas/autocaravanas sin conductor**  
Esta subclase incluye:  
- alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a motocicletas, casas rodantes y remolques sin conductor.
- 73115.1\* Servicios de leasing o alquiler de buques de pasajeros sin tripulación**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a buques, barcos y aerodeslizadores sin tripulación, concebidos básicamente para el transporte de pasajeros y carga.  
Esta subclase no incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a embarcaciones de recreo, véase 73240.5.
- 73116.1 Servicios de leasing o alquiler de aeronaves de pasajeros sin tripulación**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a aeronaves (por ejemplo helicópteros, aeroplanos) sin tripulación.
- 73240.1 Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte terrestre que no sean a motor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a equipos de recreación y esparcimiento, como por ejemplo bicicletas, y equipo de transporte terrestre similar.

- 73240.2 Servicios de leasing o alquiler de equipos para deportes de invierno** - Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a equipos recreación y esparcimiento, tales como esquíes de nieve, patines de hielo y equipo de deporte similar.
- 73240.3 Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte aéreo que no sean a motor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a equipos de recreación y esparcimiento, como por ejemplo dirigibles, dirigibles con cesta, globos y equipo de transporte aéreo similar.
- 73240.4 Servicios de leasing o alquiler de equipos de playa o para deportes acuáticos**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a equipos de recreación y esparcimiento, como por ejemplo tablas hawaianas, embarcaciones de recreo, esquíes acuáticos.
- 73240.5 Servicios de leasing o alquiler de equipos de camping**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a equipos de recreación y esparcimiento como por ejemplo equipos de acampada y equipamiento asociado.
- 73240.6 Servicios de leasing o alquiler de sillas de montar**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de alquiler, arrendamiento con o sin opción de compra u otros servicios de alquiler relativos a equipos de recreación y esparcimiento, como por ejemplo sillas de montar y equipamiento asociado.
- 73290.1 Servicios de alquiler de cámaras fotográficas**
- 83811.1 Servicios de fotografías para pasaportes/visados**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de fotografías de personas con propósito de identificación o pasaporte.

- 83820.0\***                    **Servicios de revelado fotográfico**  
Esta subclase incluye:  
- servicios que consisten principalmente en el revelado de negativos y la impresión de fotografías para otros de acuerdo con las instrucciones del cliente;  
- ampliación de negativos o de diapositivas;  
- revelado en blanco y negro;  
- impresión en color;  
- duplicados de negativos y de diapositivas, nuevas impresiones, etc.;  
- servicios que consisten en el revelado de películas cinematográficas de aficionados y de clientes comerciales;  
- servicios de preparación para diapositivas fotográficas;  
- servicios de copia para los medios audiovisuales.
- 83910.0**                    **Servicios de traducción e interpretación**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de traducción, que se refieren por lo general a la versión de textos escritos de un idioma a otro;  
- servicios de interpretación, que suelen expresar generalmente en un idioma lo que se ha expresado oralmente en otro.
- 84510.0\***                    **Servicios de bibliotecas**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de colección, catalogación, conservación y recuperación de libros, etc.;  
- servicios de préstamos de libros y discos.
- 84520.0**                    **Servicios de archivos**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de explotación (colección, catalogación, conservación y recuperación) de archivos públicos;  
- servicios de explotación de archivos históricos.
- 85970.0**                    **Servicios de organización de ferias de muestras y exposiciones**  
Esta subclase incluye:  
- organización de manifestaciones económicas (ferias de muestras o exposiciones a intervalos periódicos o irregulares);  
- organización de reuniones y congresos científicos o culturales;  
- suministro e instalación de equipo para exposiciones, junto con la organización de exposiciones.

- 87141.0\***      **Servicios de mantenimiento y reparación de vehículos de motor**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de mantenimiento y reparación de vehículos de motor. Estos servicios pueden incluir la revisión del motor, la puesta a punto del motor, el ajuste y la reparación del carburador, el ajuste y la reparación de los elementos de la dirección., la reparación de la transmisión, la reparación del sistema de gases de escape, la reparación del sistema de refrigeración incluida la sustitución de los conductos de agua y otros servicios de mantenimiento y reparación;  
- servicios de reparación de pinchazos;  
- servicios de reparación y similares de la carrocería en el caso de los vehículos de motor.
- Esta subclase no incluye:  
- Neumáticos reconstruidos y recauchutados, véase 36120(pnt).
- 87142.0**      **Servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas y vehículos para nieve**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas y de reparación de la carrocería de la motocicleta;  
- servicios especializados en caso de avería de motocicleta.
- 87143.0**      **Servicios de mantenimiento y reparación de remolques, semirremolques y otros vehículos de motor no clasificados en otro lugar**  
Esta subclase incluye:  
- servicios de reparación y mantenimiento de remolques, semirremolques y otros vehículos de motor no clasificados en otro lugar.
- 87149.1**      **Servicios de mantenimiento y reparación de embarcaciones de recreo de uso propio**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de mantenimiento y reparación de embarcaciones deportivas y de recreo.
- 87149.2**      **Servicios de mantenimiento y reparación de aviones de recreo de uso propio**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de mantenimiento y reparación de aeronaves y motores de aeronaves.

- 87290.1 Servicios de mantenimiento y reparación de otros productos no clasificados en otro lugar**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de reparación de bicicletas;  
- servicios de reparación de artículos de deporte y acampada, servicios de reparación cámaras y equipo fotográfico.
- 91131.1 Servicios de licencias de pesca**  
Esta subclase comprende:  
- servicios públicos administrativos relacionados con licencias de pesca.
- 91131.2 Servicios de licencias de caza**  
Esta subclase comprende:  
- servicios públicos administrativos relacionados con licencias de caza.
- 91210.1 Servicios de emisión de pasaportes**  
Esta subclase comprende:  
- servicios públicos administrativos y operacionales de los ministerios de asuntos exteriores y las representaciones diplomáticas y consulares en el extranjero o en organismos internacionales relacionados con la emisión de pasaportes.
- 91210.2 Servicios de emisión de visados**  
Esta subclase comprende:  
- servicios públicos administrativos y operacionales de los ministerios de asuntos exteriores y las representaciones diplomáticas y consulares en el extranjero o en organismos internacionales relacionados con la emisión de visados (de entrada o salida).
- 92900.1 Servicios de enseñanza de idiomas**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de enseñanza para adultos que no estén comprendidos en los sistemas ordinarios de la enseñanza escolar y universitaria. Estos servicios de enseñanza pueden proporcionarse en clase diurnas o nocturnas impartidas en escuelas o en instituciones especiales para la enseñanza de adultos.
- 92900.2 Servicios de licencias para academias de enseñanza**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de enseñanza para obtener permisos de conducir para automóviles, autobuses, camiones y motocicletas, para pilotar una nave o una embarcación. Estos servicios de enseñanza pueden proporcionarse en clase diurnas o nocturnas impartidas en escuelas o en instituciones especiales para la enseñanza de adultos.

- 96151.0 Servicios de proyección de películas cinematográficas**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de proyección de películas cinematográficas en salas de cine, al aire libre o en cineclubes, en salas de proyección privada u otros locales de exhibición.
- 96230.0\* Servicios de explotación de salas de espectáculos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de explotación de salas de conciertos, teatros, salas de ópera y teatros de variedades, incluidos los servicios de venta de billetes;  
- servicios de explotación de centros para fines múltiples y de instalaciones análogas de predominancia cultural.
- 96310.0 Servicios relacionados con actores**  
Esta subclase comprende:  
- servicios relacionados con actores, lectores, cantantes, músicos, bailarines y dobles para escenas peligrosas.
- 96411.0\* Servicios relacionados con museos, excepto lugares y edificios históricos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de exposición de colecciones de todo tipo (arte, ciencia y tecnología, historia);  
- servicios de mantenimiento y almacenamiento de las colecciones.
- 96412.0 Servicios de conservación de lugares y edificios históricos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de visita de lugares, monumentos y edificios históricos;  
- servicios de conservación de lugares, monumentos y edificios históricos.
- 96421.0\* Servicios relacionados con jardines botánicos y zoológicos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de visitas a los jardines botánicos y parques zoológicos;  
- servicios de mantenimiento a los jardines botánicos y parques zoológicos.
- 96422.0 Servicios relacionados con reservas naturales, incluyendo servicios de conservación de la fauna**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de supervisión de parque nacionales y reservas naturales;  
- servicios de mantenimiento y conservación de parque nacionales y reservas naturales.

- 96510.0 Servicios de promoción y organización de pruebas deportivas de competición y de esparcimiento**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de promoción de manifestaciones deportivas, por ejemplo el boxeo;  
- servicios de gestión y organización de manifestaciones deportivas proporcionados por clubes deportivos que ofrecen la oportunidad de practicar deportes como por ejemplo clubes de fútbol europeo o americano, boleras, etc.
- 96520.1 Servicios de campos de golf**  
Esta subclase comprende:  
- servicios relacionados con el acceso a campos de golf.
- 96520.2 Servicios de explotación de pistas de esquí**  
Esta subclase no comprende:  
- servicios regulares de remontes, véase 64219.1.
- 96520.3 Circuitos de carreras**
- 96520.4 Servicios de escuelas de equitación**  
Esta subclase comprende:  
- servicios relacionados con el acceso a escuelas de equitación.
- 96520.5 Servicios de playa y de parques recreativos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios relacionados con el acceso a playas y otros lugares recreativos.
- 96590.1 Deportes de aventura y riesgo**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de parapente;  
- servicios de paracaidismo;  
- servicios de vuelo libre;  
- otros deportes de riesgo.
- 96620.1 Servicios de escuelas deportivas**  
Esta subclase comprende:  
- servicios por escuelas de deporte y juego.
- 96620.2 Servicios de guía (montaña, caza y pesca)**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de guías de montaña, caza y pesca.
- 96910.1 Servicios relacionados con parques temáticos**

- 96910.2 Servicios relacionados con carnavales**
- 96910.3 Servicios relacionados con ferias y carnavales**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de atracciones y ferias.
- 96920.1 Servicios relacionados con casinos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de juego en casinos y casas de juego.
- 96920.2 Servicios relacionados con máquinas tragaperras**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de juego relacionados con máquinas tragaperras.
- 97230.1 Servicios relacionados con gimnasios**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de bienestar físico, como los prestados en gimnasios, centros de fitness, etc.
- 97230.2 Servicios de sauna y baños turcos**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de bienestar físico, como los prestados en baños turcos, saunas, solariums, etc.
- 97230.3 Servicios de masaje**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de masajes (excepto los masajes terapéuticos), etc.
- 97230.4 Servicios de balnearios**  
Esta subclase comprende:  
- balnearios, salones de adelgazamiento, etc.
- 97910.0 Servicios de acompañamiento**  
Esta subclase comprende:  
- servicios de prostitutas.
- 99000.0 Servicios prestados por organizaciones y entidades extraterritoriales**  
Esta subclase comprende:  
- servicios prestados por embajadas y representaciones de otros países;  
- servicios prestados por organizaciones internacionales, como las Naciones Unidas y sus organismos especializados y órganos regionales, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, la Organización de los Estados Americanos, la Unión Europea, la Organización Mundial del Turismo, la Organización para la Unidad Africana, y otros órganos internacionales y entidades extraterritoriales.

- 62121.1** Servicios de comercio al por menor de frutas y verduras en establecimientos no especializados.
- 62122.1** Servicios de comercio al por menor de productos lácteos, huevos y aceites y grasas comestibles en establecimientos no especializados.
- 62123.1** Servicios de comercio al por menor de carnes, aves y caza en establecimientos no especializados.
- 62124.1** Servicios de comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos no especializados.
- 62125.1** Servicios de comercio al por menor de productos de pastelería y confitería en establecimientos no especializados.
- 62126.1** Servicios de comercio al por menor de bebidas en establecimientos no especializados.
- 62128.1** Servicios de comercio al por menor de productos de tabaco en establecimientos no especializados.
- 62132.1** Servicios de comercio al por menor de tiendas de campaña y artículos de camping en establecimientos no especializados.
- 62133.1** Servicios de comercio al por menor de prendas de vestir, artículos de peletería y accesorios de vestir en establecimientos no especializados.
- 62134.1** Servicios de comercio al por menor de calzado en establecimientos no especializados.
- 62142.1** Servicios de comercio al por menor de equipos de radio y televisión, instrumentos musicales y discos, partituras musicales y cintas de música en establecimientos no especializados.
- 62151.1** Servicios de comercio al por menor de libros, periódicos, revistas y papelería en establecimientos no especializados.
- 62152.1** Servicios de comercio al por menor de equipos fotográficos, de óptica y de precisión en establecimientos no especializados.
- 62154.1** Servicios de comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos no especializados.
- 62155.1** Servicios de comercio al por menor de artículos deportivos, incluyendo bicicletas, en establecimientos no especializados.

- 62156.1** Servicios de comercio al por menor de artículos de piel y accesorios de viaje en establecimientos no especializados.
- 62159.1** Servicios de comercio al por menor de souvenirs en establecimientos no especializados.
- 62175.1** Servicios de comercio al por menor de artículos de perfumería, cosmética y jabones de tocador en establecimientos no especializados.
- 62181.1** Servicios de comercio al por menor de vehículos de motor, motocicletas, vehículos para nieve y repuestos y accesorios en establecimientos no especializados.
- 62182.1** Servicios de comercio al por menor de otros equipos de transporte, excepto bicicletas, en establecimientos no especializados.
- 62184.1** Servicios de comercio al por menor de ordenadores y paquetes informáticos, en establecimientos no especializados.
- 62191.1** Servicios de comercio al por menor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y productos similares en establecimientos no especializados.
- 62221.1** Servicios de comercio al por menor de frutas y verduras en establecimientos especializados.
- 62222.1** Servicios de comercio al por menor de productos lácteos, huevos y aceites y grasas comestibles en establecimientos especializados.
- 62223.1** Servicios de comercio al por menor de carnes, aves y caza en establecimientos especializados.
- 62224.1** Servicios de comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados.
- 62225.1** Servicios de comercio al por menor de productos de pastelería y confitería en establecimientos especializados.
- 62226.1** Servicios de comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados.
- 62228.1** Servicios de comercio al por menor de productos de tabaco en establecimientos especializados.
- 62232.1** Servicios de comercio al por menor de tiendas de campaña y artículos de camping en establecimientos especializados.

- 62233.1** Servicios de comercio al por menor de prendas de vestir, artículos de peletería y accesorios de vestir en establecimientos especializados.
- 62234.1** Servicios de comercio al por menor de calzado en establecimientos especializados.
- 62242.1** Servicios de comercio al por menor de equipos de radio y televisión, instrumentos musicales y discos, partituras musicales y cintas de música en establecimientos especializados.
- 62251.1** Servicios de comercio al por menor de libros, periódicos, revistas y papelería en establecimientos especializados.
- 62252.1** Servicios de comercio al por menor de equipos fotográficos, de óptica y de precisión en establecimientos especializados.
- 62254.1** Servicios de comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados.
- 62255.1** Servicios de comercio al por menor de artículos deportivos, incluyendo bicicletas, en establecimientos especializados.
- 62256.1** Servicios de comercio al por menor de artículos de piel y accesorios de viaje en establecimientos especializados.
- 62259.1** Servicios de comercio al por menor de souvenirs en establecimientos especializados.
- 62275.1** Servicios de comercio al por menor de artículos de perfumería, cosmética y jabones de tocador en establecimientos especializados.
- 62281.1** Servicios de comercio al por menor de vehículos de motor, motocicletas, vehículos para nieve y repuestos y accesorios en establecimientos especializados.
- 62282.1** Servicios de comercio al por menor de otros equipos de transporte, excepto bicicletas, en establecimientos especializados.
- 62284.1** Servicios de comercio al por menor de ordenadores y paquetes informáticos, en establecimientos especializados.
- 62291.1** Servicios de comercio al por menor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y productos similares en establecimientos especializados.

## Anexo II

### Lista de productos característicos del turismo y actividades características del turismo

#### A. Lista de productos característicos del turismo

La lista de productos característicos del turismo es provisional y corresponde a aquellos productos considerados como característicos a efectos de la comparación internacional de resultados. En consecuencia, la lista PET se presenta de tal forma que pueda resultar una propuesta de cómo, en el futuro, los países que hayan llevado a cabo una CST, podrían presentar los resultados turísticos de forma comparable a las distintas organizaciones internacionales.

La codificación de las diferentes partidas se presenta a seis dígitos, con un punto entre el quinto y el sexto dígito. Los cinco primeros dígitos corresponden al código de la Versión 1.0<sup>a</sup> de la CCP y se ha añadido el sexto dígito a efectos de ser utilizado exclusivamente en el presente listado. Si el sexto dígito es un cero, significa que esta partida coincide plenamente con la presentada en la CCP, Versión 1.0, y a partir de la que ha sido diseñada; sin embargo, si el sexto dígito no es un cero la partida únicamente corresponderá de forma parcial al código CCP. Por ejemplo: el código 63110.0 “servicios de alojamiento en hoteles y moteles” es el mismo que el código 63110 de la CCP, mientras que el código 63199.1 “coche cama...” corresponde únicamente en parte al código 63199 de la CCP.

#### 1. Servicios de alojamiento

##### 1.1 Hoteles y otros servicios de alojamiento

|         |   |
|---------|---|
| 63110.0 | Servicios de alojamiento en hoteles y moteles   |
| 63191.0 | Servicios de centros de vacaciones y hogares de vacaciones                                    |
| 63192.0 | Servicios de arrendamiento de alojamientos amueblados   |
| 63193.0 | Servicios de albergues juveniles  |
| 63194.0 | Servicios de centros de entrenamiento y vacaciones para niños                                 |
| 63195.0 | Servicios para acampamentos y campamentos para remolques                                      |
| 63199.1 | Servicios de coche cama y similares en otros medios de transporte; residencias de estudiantes |

##### 1.2 Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos

Esta sub-clase comprende el alquiler imputado de las segundas viviendas ocupadas por sus propietarios o los servicios de alojamiento facilitados a título gratuito y de los apartamentos en multipropiedad. En la CCP no existe código para esta información.

|         |   |
|---------|---|
| 72211.1 | Servicios auxiliares de las actividades de multipropiedad |
|---------|---|

## 2. Servicios de provisión de alimentación y bebidas

|         |   |
|---------|---|
| 63210.0 | Servicios de provisión de comida con servicios completos de restaurante |
| 63220.0 | Servicios de provisión de comida en establecimientos de autoservicio    |
| 63290.0 | Otros servicios de provisión de comida                                  |
| 63300.0 | Servicios de provisión de bebidas para su consumo en el local           |

## 3. Servicios de transporte de pasajeros

### 3.1 Servicios de transporte interurbano por ferrocarril

|         |  |
|---------|--|
| 64111.1 | Servicios regulares de transporte por ferrocarril    |
| 64111.2 | Servicios no regulares de transporte por ferrocarril |

### 3.2 Servicios de transporte por carretera

|         |   |
|---------|---|
| 64213.0 | Servicios regulares interurbanos de transporte de viajeros por carretera            |
| 64214.0 | Servicios regulares especiales interurbanos de transporte de viajeros por carretera |
| 64219.1 | Servicios regulares de remontes para esquiar  |
| 64219.2 | Servicios de teleféricos y funiculares  |
| 64221.0 | Servicios de taxi   |
| 64222.0 | Servicios de alquiler de automóviles con conductor                                  |
| 64223.0 | Servicios de alquiler de autobuses y autocares con conductor                        |

### 3.3 Servicios de transporte marítimo

|         |   |
|---------|---|
| 65111.0 | Servicios de transporte de viajeros en transbordadores de cabotaje y transoceánicos                                     |
| 65119.1 | Otros servicios regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior                             |
| 65119.2 | Otros servicios no regulares de transporte de viajeros en embarcaciones de cabotaje y exterior                          |
| 65119.3 | Servicios de crucero  |
| 65130.1 | Servicios de alquiler de embarcaciones de cabotaje y exterior con tripulación para transporte de viajeros               |
| 65211.0 | Servicios de transporte de viajeros en ferries por vías interiores de navegación  |
| 65219.1 | Servicios regulares de viajeros   |
| 65219.2 | Servicios de excursiones panorámicas  |
| 65219.3 | Servicios de cruceros   |
| 65230.0 | Servicios de alquiler de embarcaciones con tripulación para el transporte de viajeros por vías interiores de navegación |

### 3.4 Servicios de transporte aéreo

|         |   |
|---------|---|
| 66110.0 | Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio regular    |
| 66120.1 | Servicios de transporte de pasajeros por líneas aéreas de servicio no regular |
| 66120.2 | Servicios de excursiones panorámicas en aeroplano o en helicóptero            |
| 66400.0 | Servicio de alquiler de aeronaves con tripulación                             |

### 3.5 Servicios conexos al transporte de pasajeros

|         |  |
|---------|--|
| 67300.0 | Servicios de ayuda a la navegación   |
| 67400.0 | Servicios auxiliares del transporte por ferrocarril                                  |
| 67510.0 | Servicios de estaciones de autobuses   |
| 67530.1 | Estacionamiento de terminales de transporte de pasajeros                             |
| 67610.0 | Servicios de explotación de puertos y vías de navegación (excepto carga y descarga)  |
| 67690.1 | Servicios auxiliares del transporte por vía acuática relacionados con el combustible |
| 67690.2 | Servicios de mantenimiento y conservación de embarcaciones de pasajeros privadas     |
| 67710.0 | Servicios de explotación de aeropuertos (excepto carga y descarga)                   |
| 67790.0 | Otros servicios auxiliares del transporte aéreo o espacial                           |

### 3.6 Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros

|         |   |
|---------|---|
| 73111.0 | Servicios de leasing o alquiler de automóviles o camionetas sin conductor |
| 73114.1 | Servicios de leasing o alquiler de caravanas/autocaravanas sin conductor  |
| 73115.1 | Servicios de leasing o alquiler de buques de pasajeros sin tripulación    |
| 73116.1 | Servicios de leasing o alquiler de aeronaves de pasajeros sin tripulación |

### 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros

|         |   |
|---------|---|
| 87143.0 | Servicios de mantenimiento y reparación de remolques, semirremolques y otros vehículos de motor no clasificados en otro lugar |
| 87149.1 | Servicios de mantenimiento y reparación de embarcaciones de recreo de uso propio  |
| 87149.2 | Servicios de mantenimiento y reparación de aviones de recreo de uso propio  |

## 4. Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo

### 4.1 Servicios de las agencias de viajes

|         |                                |
|---------|--------------------------------|
| 67811.0 | Servicios de agencias de viaje |
|---------|--------------------------------|

## **4.2 Servicios de los tour operadores**

|         |                              |
|---------|------------------------------|
| 67812.0 | Servicios de tour operadores |
|---------|------------------------------|

## **4.3 Servicios de información turística y de los guías de turismo**

|         |                                    |
|---------|------------------------------------|
| 67813.0 | Servicios de información turística |
| 67820.0 | Servicios de guías de turismo      |

## **5. Servicios culturales**

### **5.1 Representaciones artísticas**

|         |   |
|---------|---|
| 96230.0 | Servicios de explotación de salas de espectáculos |
| 96310.0 | Servicios relacionados con actores                |

### **5.2 Museos y otros servicios culturales**

|         |  |
|---------|--|
| 96411.0 | Servicios relacionados con museos, excepto lugares y edificios históricos                      |
| 96412.0 | Servicios de conservación de lugares y edificios históricos                                    |
| 96421.0 | Servicios relacionados con jardines botánicos y zoológicos                                     |
| 96422.0 | Servicios relacionados con reservas naturales incluyendo servicios de conservación de la fauna |

## **6. Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento**

### **6.1 Deportes y servicios recreativos deportivos**

|         |   |
|---------|---|
| 96510.0 | Servicios de promoción y organización de pruebas deportivas de competición y de esparcimiento |
| 96520.1 | Servicios de campos de golf   |
| 96520.2 | Servicios de explotación de pistas de esquí   |
| 96520.3 | Circuitos de carreras   |
| 96520.5 | Servicios de playa y de parques recreativos   |
| 96590.1 | Deportes de aventura y riesgo   |

### **6.2 Otros servicios de esparcimiento y recreo**

|         |  |
|---------|--|
| 96910.1 | Servicios relacionados con parques temáticos               |
| 96910.2 | Servicios relacionados con parques de atracciones          |
| 96910.3 | Servicios relacionados con ferias y parques de atracciones |
| 96920.1 | Servicios relacionados con casinos                         |
| 96920.2 | Servicios relacionados con máquinas tragaperras            |

## 7. Servicios turísticos diversos

### 7.1 Servicios financieros y de seguros

|         |  |
|---------|--|
| 71100.1 | Servicios de tarjetas de viaje                                     |
| 71100.2 | Servicios de crédito para viajes                                   |
| 71311.1 | Servicios de seguros de vida                                       |
| 71320.1 | Servicios de seguros de accidente en viaje                         |
| 71320.2 | Servicios de seguros de enfermedad en viaje                        |
| 71334.1 | Servicios de seguros particulares de los viajeros en aeronaves     |
| 71334.2 | Servicios de seguros particulares de los viajeros en embarcaciones |
| 71339.1 | Servicios de seguros de viajes                                     |
| 71552.0 | Servicios de cambio de divisas                                     |

### 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes

|         |  |
|---------|--|
| 73240.1 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte terrestre que no sean a motor |
| 73240.2 | Servicios de leasing o alquiler de equipos para deportes de invierno                   |
| 73240.3 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de transporte aéreo que no sean a motor     |
| 73240.4 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de playa o para deportes acuáticos          |
| 73240.5 | Servicios de leasing o alquiler de equipos de camping                                  |
| 73240.6 | Servicios de leasing o alquiler de sillas de montar                                    |
| 73290.1 | Servicios de alquiler de cámaras fotográficas  |

### 7.3 Otros servicios turísticos

|         |  |
|---------|--|
| 85970.0 | Servicios de organización de ferias de muestras y exposiciones |
| 97230.4 | Servicios de balnearios  |
| 91131.1 | Servicios de licencias de pesca                                |
| 91131.2 | Servicios de licencias de caza                                 |
| 91210.1 | Servicios de emisión de pasaportes                             |
| 91210.2 | Servicios de emisión de visados                                |
| 96620.2 | Servicios de guía (montaña, caza y pesca)                      |
| 97910.0 | Servicios de acompañamiento o escolta                          |

## B. Lista de actividades características del turismo

Las actividades características del turismo se pueden identificar como aquellas actividades productivas cuya producción principal es un producto característico del turismo. Dado que el conjunto de estas actividades no conforman una rama de actividad (industria) única de acuerdo a la definición del SCN 1993, <sup>b</sup> la CST define las industrias turísticas como todos los establecimientos cuya actividad productiva principal es una actividad característica del turismo.

Las tablas siguientes muestran la correspondencia entre las 12 partidas de la lista provisional utilizada en las tablas de la CST y sus códigos correspondientes en la CIIU Rev. 3 <sup>c</sup> y en la CIUAT. <sup>d</sup>

| Descripción de actividades                                  | CIIU Rev. 3  | CIUAT   |
|---|--|---|
| 1. Hoteles y similares                                      | 5510   | 5510  |
| 2. Segundas viviendas en propiedad (imputada)               | Parte de 7010  | Parte de 7010   |
| 3. Restaurantes y similares                                 | 5520   | 5520  |
| 4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril     | Parte de 6010  | 6010-1, 6010-2  |
| 5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera       | Parte de (6021 y 6022)   | 6021-1, 6021-2, 6021-3<br>6022-1, 6022-2, 6022-3,<br>6022-4                 |
| 6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros            | Parte de (6110 y 6120)   | 6110-1, 6110-2<br>Parte de 6110<br>6120-1, 6120-2, 6120-3,<br>Parte de 6120 |
| 7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros               | Parte de (6210 y 6220)   | 6210-1<br>6220-1, 6220-2  |
| 8. Servicios anexos al transporte de pasajeros              | Parte de 6303  | 6303-1, 6303-2, 6303-3  |
| 9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros  | Parte de (7111, 7112 y 7113)                                     | 7111-1, 7111-2, 7111-3<br>Parte de 7112, 7113-1                             |
| 10. Agencias de viajes y similares                          | 6304   | 6304  |
| 11. Servicios culturales                                    | 9232<br>9233   | 9232-1, 9232-2<br>9233-1, 9233-2  |
| 12. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento | Parte de 9214<br>Parte de 9241<br>Parte de 9219<br>Parte de 9249 | Parte de 9214<br>Parte de 9241<br>9219-1<br>Parte de 9249                   |

---

### **Notas**

<sup>a</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta E.90.XVII.11.

<sup>b</sup> En el párrafo 15.13, la SCN define una rama de actividad como “grupos de establecimientos implicados en la misma clase de actividad productiva”.

<sup>c</sup> Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta E.98.XVII.5.

<sup>d</sup> Véase *ibid.*, No. de venta E.94.XVII.6, segunda parte.

## **Anexo III**

### **Módulo de empleo de la OCDE**

#### **Introducción**

El módulo de empleo de la OCDE presenta un marco metodológico y conceptual con un conjunto de variables fundamentales sobre el empleo. Este trabajo subraya la importancia de los aspectos sobre empleo y recursos humanos para las industrias (ramas de actividad) relacionadas con el turismo y, por tanto, la necesidad de proporcionar datos íntegros y fiables sobre el empleo tanto para usuarios públicos como privados. Las directrices son coherentes con los conceptos y definiciones utilizadas en otras áreas de estadísticas del turismo y socioeconómicas, principalmente el SCN 1993, las normas de la OIT, las Recomendaciones sobre estadísticas de turismo de las Naciones Unidas y la OMT, las directrices sobre Cuentas Satélite de Turismo de la OCDE (1999) y las presentes Recomendaciones sobre el marco conceptual. La metodología pretende ser simple y flexible en su adopción y adaptación.

#### **Objetivos**

El objetivo fundamental del módulo de empleo de la OCDE es proporcionar un marco estadístico y unas directrices metodológicas para establecer el nivel y algunas características del empleo en las industrias turísticas. Esto se realiza principalmente desde una perspectiva del lado de la oferta. En otras palabras, únicamente se tiene en cuenta el empleo en una serie seleccionada de ramas de actividad turísticas características. Incluso aunque el módulo de empleo de la OCDE esté estrechamente relacionado con la cuenta satélite de turismo, tiene su propia importancia, es decir, el empleo no debería considerarse sólo como un factor del proceso de producción, sino también como un fenómeno social.

Un objetivo es que la aplicación de esta metodología pueda mejorar la comparación internacional de las estadísticas sobre el empleo en las industrias turísticas. Esto no será tarea fácil, porque la comparación de los datos sobre el empleo en general se ve ya dificultada por las diferencias entre países en cuanto a los métodos y definiciones. Incluso a nivel nacional, las estadísticas sobre el empleo y las fuentes de datos a menudo proporcionan resultados diferentes y fragmentados.

#### **El marco conceptual**

El módulo de empleo de la OCDE, establece un proceso que vincula datos básicos sobre el empleo con la cuenta satélite de turismo, utilizando el módulo de empleo como un marco de integración (nexo micro-macro). Este proceso utiliza indicadores del nivel general del empleo relacionado con el turismo, tales como puestos de trabajo, personal ocupado o equivalentes a jornada completa –con una distinción específica para el empleo estacional y los “trabajos marginales”- y variables fundamentales sobre el empleo, tales como sexo, edad, nivel de estudios, nacionalidad, categoría laboral, tipo de jornada, antigüedad, media de horas trabajadas, ganancia

bruta media, permanencia en el empleo y jornadas de trabajo extraordinarias. La cuenta satélite de turismo proporciona un nexo entre la demanda y la oferta del turismo. Ello da como resultado una selección de ramas de actividad relacionadas con el turismo vistas desde el lado de la oferta. Dicho marco proporciona posibilidades para la integración y coordinación estadística.

### **El camino futuro**

El módulo de empleo puede mejorar de manera considerable la comparación nacional e internacional de los datos sobre el empleo relacionados con el turismo. Puede considerarse como una referencia contra la cual pueden establecerse otros datos sobre el empleo, llevando así a una mejor visión global y a una mayor comparación. Sin embargo, la conexión entre el módulo de empleo de la OCDE y la CST no debería verse como el único camino perfecto. El módulo de empleo de la OCDE destaca también áreas en las que puede realizarse una investigación más profunda. La experiencia de los países en llevar a cabo el módulo de empleo y los trabajos de cooperación desarrollados en la actualidad por varias organizaciones internacionales, debería ser útil para clarificar algunos de estos problemas.

## Anexo IV

### Propuesta de lista de las partidas de la formación bruta de capital fijo turística

- A. Los **activos fijos materiales relacionados con el turismo** se definen y clasifican de acuerdo con las siguientes categorías, que son consistentes con las definiciones y clasificaciones del SCN 1993:
1. **Alojamiento turístico** se clasifica como sigue:
    - 1.1. *Hoteles y otros alojamientos colectivos*, que incluyen: hoteles, moteles, posadas, albergues juveniles, refugios de montaña, acampamentos, campos y colonias de vacaciones.
    - 1.2. *Viviendas turísticas*, que incluyen: hogares de vacaciones y otras segundas viviendas distintas de la residencia principal de la unidad familiar y adquiridas con objeto de ser utilizadas de modo no permanente por los miembros de la unidad familiar propietaria de la misma. Pueden haber sido adquiridas y construidas con el objetivo particular de dedicarlas a la atención a visitantes de acuerdo con diferentes tipos de contrato. Esta categoría incluye el alojamiento en regímenes de uso a tiempo compartido (multipropiedad).
  2. **Otros edificios y estructuras** se clasifican como sigue:
    - 2.1. *Restaurantes y edificios similares que sirvan comidas y bebidas*, que incluyen: restaurantes, cafés, bares y establecimientos de autoservicio (night-clubs, discotecas, etc.).
    - 2.2. *Edificios e infraestructuras para el transporte de viajeros por tierra, mar y aire*, que incluyen: terminales de viajeros, puentes, túneles, carreteras, autopistas, vías férreas y terrestres, líneas eléctricas para vías férreas y construcción de instalaciones portuarias.
    - 2.3. *Edificios para actividades culturales o similares*, que incluyen: bibliotecas, museos, teatros, restauración de monumentos históricos, lugares turísticos y salas para exposiciones artísticas.
    - 2.4. *Construcciones para actividades deportivas, de recreo y de ocio*, que incluyen: centros deportivos al aire libre, tales como estadios de fútbol y de atletismo, circuitos automovilísticos y para carreras ciclistas, hipódromos para carreras de caballos, construcción de zoológicos y parques de atracciones, estaciones de esquí y campos de golf.
    - 2.5. *Otras construcciones y estructuras*, incluyen: activos fijos materiales no incluidos en otros apartados.

3. Los **bienes de equipo para el transporte de viajeros** <sup>a</sup> se clasifican como sigue:
    - 3.1. *Transporte terrestre* que incluye: (a) transporte por carretera (automóviles, motocicletas, autocaravanas, remolques, autobuses interurbanos, etc.) y (b) transporte ferroviario de viajeros (locomotoras, trenes diesel, vagones de pasajeros, etc.).
    - 3.2. Transporte marítimo, que incluye: barcos, ferries de pasajeros y de vehículos, cruceros y yates.
    - 3.3. Transporte aéreo, que incluye aviones, aeroplanos y planeadores, globos aerostáticos y aeronaves, vehículos de transporte de equipaje, helicópteros, etc.
  4. **Maquinaria y bienes de equipo** abarca: todos los bienes de capital no incluidos en otros apartados, y asociados con la prestación de servicios a los visitantes, tales como equipamiento para la preparación industrial de comida en los restaurantes, equipamientos especiales para terminales de viajeros, equipos de oficina, equipo informático y contable, mobiliario, equipamiento deportivo, etc. Los bienes de consumo duraderos adquiridos por los visitantes quedan excluidos.
- B. Los **activos fijos inmateriales** se refieren a los programas informáticos para el desarrollo de bases de datos, adquiridos y/o producidos con fines comerciales, específicamente diseñados para disfrute del visitante y para un conocimiento especializado del turismo.
- C. Las **mejoras en los terrenos utilizados con fines turísticos** se refieren a aquellas emprendidas por el sector privado, tales como la recuperación de terrenos del mar mediante la construcción de diques, muros de contención o presas, limpieza ecológica de bosques, etc. para permitir que dichos terrenos sean utilizados con fines turísticos.

---

<sup>a</sup> Se excluye en las tres categorías anteriores el equipamiento para el transporte de mercancías o para no-visitantes (por ejemplo, trenes y autobuses para el desplazamiento diario al lugar de trabajo o estudio).

## Anexo V

### **Relación entre la cuenta satélite de turismo y el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales de 1993**

El Sistema de Cuentas Nacionales de 1993 (SCN 1993) ofrece una gran flexibilidad en la concepción de cuentas satélites de orientación funcional, ya que la finalidad de esas cuentas es la de centrarse en aspectos específicos de un campo de la economía, “al escapar de algunas de las restricciones del marco central (SCN 1993, § 21.50). Por consiguiente, para un ámbito determinado son posibles varias concepciones que se centren en diferentes aspectos considerados de más interés y éste es el caso del turismo.

Es bien sabido que el PIB se considera como el compendio de la cuantificación agregada de una actividad económica. Al establecer el marco de la cuenta satélite de turismo, el primer objetivo que se perseguía era ofrecer una evaluación agregada del turismo como actividad económica compleja que pudiera compararse fácilmente con el PIB de la economía de un país. En efecto, una de las mayores preocupaciones al elaborar la CST era proporcionar una cuantificación fiable de la importancia del turismo.

Lo que viene a continuación no es una descripción exhaustiva de la relación entre la CST y el SCN 1993, sino más bien un breve resumen para el lector general de los grandes conceptos empleados por la CST, y de cuándo y en qué difieren de los del marco central del SCN 1993.

#### Frontera de producción

En la descripción del turismo como actividad económica productiva, era necesario emplear la misma frontera de producción y la misma definición de un proceso de producción y de valor añadido que en el marco central del SCN 1993. No era, por tanto, posible imputar por los servicios prestados por cuenta propia en este contexto restrictivo ya que no se tienen en cuenta en la estructura central como “económicamente producidos”, aunque ese proceso de imputación podría tener cierto interés para comparar los costes relativos de utilizar bienes de consumo duraderos de propiedad particular en vez de contratar el servicio o de alquilar bienes similares a empresas. Puesto que en algunos países el uso de automóviles particulares está muy difundido para los desplazamientos turísticos, se recomienda efectuar alguna estimación suplementaria especial de esos servicios como presentación alternativa de las cuentas.

#### Consumo

En cuanto a la distinción entre gastos de consumo final y de consumo intermedio, hubo que alejarse en cambio de las recomendaciones del marco central del SCN 1993. En la CST se propone una clasificación dual, no homogénea, de los llamados “gastos

turísticos de las empresas”. Esos gastos se refieren a los derivados de actividades productivas y clasificados en el marco central de las cuentas nacionales como consumo intermedio. Se refieren a los gastos de transporte y alojamiento de los empleados en sus viajes de trabajo, y a todos los gastos efectuados por los invitados de una empresa durante un viaje y cubiertos por esa empresa. Para los efectos de la CST, al estudiar la actividad de los visitantes, estos gastos turísticos de las empresas se consideran como parte del consumo turístico y no distintos, en esencia, de los gastos de consumo que el SCN 1993 considera como gastos de consumo final de las unidades familiares en su calidad de visitantes.

### Valor añadido

Sin embargo, cuando se trata de calcular el valor añadido de las actividades productivas, estos gastos se clasifican en el consumo intermedio de las actividades que los sufragan, sin tener en cuenta su efecto específico como consumo turístico ya que cualquier otro gasto se considera como consumo intermedio de esas actividades.

### Clasificaciones de productos y tipos de actividad económica

La CST hace referencia a clasificaciones de productos y tipos de actividad económica distintos de los recomendados en el SCN de 1993 (la CCP versión 1.0 para los productos, y la CIIU Rev.3 para las actividades), aunque se han extraído de esas clasificaciones, porque la CST se concentra especialmente en los productos y actividades característicos del turismo, y después en los productos y actividades conexos con el turismo. Dichas clasificaciones son la lista de productos específicos del turismo para bienes y servicios y la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT) para actividades. Por lo general, esa diferencia de enfoque no tiene repercusión en los totales, sino únicamente en el desglose por productos o actividades.

No obstante, en el caso de los servicios de agencias de viajes y tour operadores, se han generado algunas diferencias importantes. Mientras que el SCN 1993 no considera específicamente el caso de esos servicios y no ofrece recomendaciones específicas sobre cómo representar su actividad, el marco de la CST especifica que debería utilizarse un sistema de registro neto, según el cual el servicio prestado directamente por esos agentes y los servicios que tramitan u organizan en viajes combinados deben considerarse por separado como componentes del consumo turístico. El sistema estima que el consumidor que compra un servicio de viaje a través de esos intermediarios compra simultáneamente los servicios tramitados (transporte, alojamiento, actividades recreativas, etc.) y el servicio del propio intermediario, cuyo valor se limita al equivalente de un margen comercial.

Este tratamiento puede tener consecuencias importantes cuando el lugar de residencia del consumidor, del intermediario y del proveedor del servicio sea distinto, ya que en ese caso varias cantidades importantes, como la producción total de productos o las importaciones y exportaciones totales del sistema, pueden diferir de las que aparecen en la presentación del SCN 1993.

Aun así, este tratamiento no modifica ni el valor añadido total, ni el balance neto entre importaciones y exportaciones que, en última instancia, son los únicos valores que tienen significación para los agregados.

Por último, merece la pena subrayar que la CST utiliza, como agregado característico, un valor que tiene la dimensión de valor añadido, pero que no corresponde al valor añadido generado por una serie de unidades productoras como en el marco central del SCN 1993, desarrollando así procesos de producción similares. El valor añadido del turismo se define como el valor añadido generado en la economía en respuesta al consumo del turismo interior. Parte de este valor añadido puede ser generado por las industrias turísticas, y otra parte por industrias de otros sectores. No todo el valor añadido generado por las industrias turísticas forma parte del valor añadido del turismo, ya que esas actividades pueden servir también a las personas residentes, del mismo modo que las actividades de sectores ajenos al turismo pueden servir a los visitantes y generar, por tanto, un valor añadido del turismo.

## Bibliografía

- Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo Monetario Internacional, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Naciones Unidas y Banco Mundial, Sistema de Cuentas Nacionales, 1993 (Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, París, Washington D.C., 1993).
- Comisión Europea, decisión de la Comisión 1999/34/EC del 9 de diciembre de 1998 sobre el procedimiento para la implantación de la directiva del Consejo 95/57/EC sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo; véase el Diario Oficial de las Comunidades Europeas, N° L9 (15 de enero de 1999).
- Consejo de la Unión Europea, directiva del Consejo 95/57/EC de 23 de noviembre de 1995 sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo; Diario Oficial de las Comunidades Europeas, N° L291 (6 de diciembre de 1995).
- Fondo Monetario Internacional, Manual de la Balanza de Pagos, 5ª edición (Washington D.C., 1993).
- Naciones Unidas, Clasificación Central de Productos, Versión 1.0 (publicación de las Naciones Unidas, No. De venta E.98.XVII.5).
- \_\_\_\_\_, Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (publicación de las Naciones Unidas, No de venta E.90.XVII.11).
- Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo, "Recomendaciones sobre estadísticas de turismo", en las Recomendaciones sobre estadísticas de turismo (publicación de las Naciones Unidas, No. De ventas E.94.XVII.6), primera parte.
- \_\_\_\_\_, "Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas", en *ibid*, segunda parte.
- Oficina Estadística de las Comunidades Europeas, Community Methodology on Tourism Statistics (Luxemburgo, 1998).
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Manual sobre las Cuentas Económicas del Turismo (París, 1991).
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, "Directrices para una cuenta satélite del turismo" (noviembre de 1999).
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, "Directrices para una cuenta satélite del turismo: módulo de empleo" (noviembre de 1999).
- Organización Mundial del Turismo, "Determinación de la importancia del turismo como una actividad económica dentro del marco del sistema de la contabilidad

nacional", informe presentado ante la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, Nueva Delhi, del 3 al 14 de octubre de 1983.

\_\_\_\_\_, Conceptos, Definiciones y Clasificaciones de las Estadísticas de Turismo, Manual Técnico, N° 1 (1995); Compilación de las Estadísticas del Gasto Turístico, Manual Técnico, N° 2 (1995); Recopilación de las Estadísticas de Turismo Interno, Manual Técnico, N° 3 (1995); Acopio y Compilación de las Estadísticas de Turismo, Manual Técnico, N° 4 (1995).

\_\_\_\_\_, "Cuenta satélite de turismo (CST): marco conceptual", documento fechado en junio de 1999, presentado en la Conferencia Mundial Enzo Paci sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, Niza, del 15 al 18 junio de 1999.

\_\_\_\_\_, "Cuenta satélite de turismo (CST): referencias metodológicas", documento fechado en diciembre de 1999 y presentado para su aprobación por la Comisión de Estadística en su trigésimo primer período de sesiones, 29 de febrero – 3 de marzo de 2000.

Organización Mundial del Turismo, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos y Oficina Estadística para las Comunidades Europeas "Enmiendas propuestas al documento "Cuenta satélite de turismo (CST): referencias metodológicas", documento de referencia presentado a la Comisión de Estadística en su trigésimo primer período de sesiones, del 29 de febrero al 3 de marzo de 2000.

Statistics Canada, La Cuenta Satélite del Turismo. División de Cuentas Nacionales y Medio Ambiente, Series Técnicas, N° 31 (Ottawa, julio de 1994).

Statistics Canada, "Propuesta de cuenta satélite y de sistema de información del turismo", (Ottawa, junio de 1991).

World Travel and Tourism Council, "Update principles for travel and tourism national satellite accounting" (September 1998).

## Indice

- Actividades, 1.1, 1.4, 1.5, 1.14, 1.20, 1.23, 1.30-1.32, 1.34, 1.36, 1.47, 1.48, 1.50, 2.1, 2.2, 2.5, 2.15, 2.27, 2.55, 2.67, 2.68, 2.76, 3.1, 3.3, 3.10, 3.23-3.26, 3.28-3.31, cuadro 3.1, 3.41, 3.42, 3.44, 3.49, 3.54-3.56, 3.59, 3.60, 4.4, 4.12, 4.13, 4.21, 4.23-4.25, cuadro 4.4, 4.28, 4.49, 4.52, 4.54, 4.56, 4.57, 4.71, 4.73, 4.76, 4.80, 4.82, 4.87, 4.88, 4.98, 4.100, 4.102, 4.112, 4.114, anexo I, anexo II  
Características, 1.50, 3.23, 3.24, 3.26, 3.29, 3.30, 3.31, cuadro 3.1, 3.41, 3.42, 3.54, 3.59, 3.60, 4.24, 4.25, cuadro 4.4, 4.57, 4.71, anexo II  
Conexas, cuadro 3.1, 4.71  
No específicas, cuadro 3.1, 4.23  
Secundarias, 4.88
- Actividades económicas, 1.4, 1.14, 1.20, 1.23, 1.34, 2.5, 3.55
- Activos, 1.50, 2.34, 2.47, 2.57, 2.81, 3.62, 4.66, anexo IV
- Activos fijos, 1.50, 2.34, 2.81, anexo IV
- Activos producidos, 2.81
- Administraciones públicas, 1.2, 1.5, 1.40, 2.30, 2.35-2.42, 2.76, 2.78, 2.79, 4.67, 4.113, tabla 9  
Gobiernos, 1.1
- Adquisiciones, 2.45, 2.81, 4.64
- Agregados, 1.19-1.21, 1.48, 2.61, 2.85, 3.45, 3.51, 4.1, 4.3, 4.4, 4.40, 4.57, 4.65, 4.73-4.80, 4.101, cuadro 4.5, 4.102, 4.103, 4.107, 4.109
- Principales agregados
- Consumo turístico interior en efectivo, 4.39, 4.77  
Consumo turístico interior (en efectivo y en especie), 4.40, 4.77, 4.79, 4.105  
Producto interior bruto turístico, 4.12, 4.77, 4.89, cuadro 4.5  
Valor añadido de las industrias turísticas, 3.58, 4.77  
Valor añadido turístico, 1.20, 4.12, 4.29, 4.40, 4.47, 4.55-4.57, 4.77, 4.85-4.89, 4.98, cuadro 4.5; definición en 4.85
- Otros agregados
- Consumo colectivo turístico, 1.46, 2.80, 3.7, 4.6, 4.31, 4.70, 4.104, 4.105, 4.115, 4.117, 4.118, tabla 9  
Demanda turística total, 1.46, 4.105, 4.117  
Empleo turístico, 4.5, 4.103, 4.107  
Formación bruta de capital fijo turística, 1.46, 1.50, 2.83, 2.85, 3.7, 3.63, 4.6, 4.31, 4.65, 4.104, 4.105, 4.109, 4.110, 4.117, 4.118, tabla 8, anexo IV
- Asalariados, 2.41, 2.56, cuadro 2.2, 3.61, 4.60
- Bienes de consumo duraderos, 2.49-2.54, 4.36
- Bienes y servicios, 1.5, 1.6, 1.10, 1.11, 1.14, 1.15, 1.40, 1.47, 2.2, 2.30, 2.31, 2.34, 2.38, 2.45, 2.47, 2.54, 2.57, 2.60, 2.62-2.66, 2.83, 3.2, 3.8-3.10, 3.15, 3.18, 3.22, 3.23, 3.27, 3.30, 3.58, 4.2, 4.4, 4.49, 4.53, 4.86, anexo I
- Bienes y servicios de consumo, 2.31, 2.34, 2.38, 2.47, 3.8, anexo I
- Centro de interés económico, 2.13; véase también **territorio económico**

Clasificación Central de Productos, Versión 1.0, 1.50, anexo I, anexo II, bibliografía  
Clasificación de Funciones de las Administraciones Públicas, 4.67  
Clasificación del Consumo Individual por Finalidades, anexo I  
Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas,  
 1.50, anexo II, bibliografía  
 Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas, 1.36, 3.29, bibliografía  
 Comparabilidad internacional, 1.18, 1.28, 3.12, 3.15, 3.21, 3.29, 4.21, 4.28, 4.37, 4.75,  
 anexo I, anexo II, anexo III  
 Consumo, 1.9, 1.11, 1.18, 1.20, 1.33, 1.40, 1.45, 1.46, 2.2, 2.5, 2.20, 2.28-2.31, 2.33-  
 2.38, cuadro 2.1, 2.39-2.45, 2.47-2.49, 2.53-2.58, cuadro 2.2, 2.59-2.66, 2.68-2.70,  
 2.72, 2.75, 2.79, 2.80, 2.84, 3.6-3.9, 3.17, 3.19, 3.30, 3.31, cuadro 3.1, 3.34, 3.36,  
 3.42, 3.45, 3.49, 3.56-3.58, 3.60, 4.4, 4.6, 4.9, 4.12, 4.13, 4.16, 4.17, cuadro 4.1,  
 4.18, 4.19, cuadro 4.2, 4.27, 4.29, 4.31, 4.34-4.36, 4.38-4.40, 4.42, 4.43, 4.45-  
 4.48, 4.50-4.52, 4.54-4.57, 4.63, 4.68-4.70, 4.73, 4.77, 4.79, 4.80, 4.82, 4.83, 4.85,  
 4.88, 4.91, 4.99, 4.100, cuadro 4.5, 4.102, 4.104-4.107, 4.111, 4.114-4.118, tabla  
 1, tabla 2, tabla 3, tabla 4, tabla 6, tabla 9, anexo I, anexo II  
 Consumo colectivo turístico, véase **agregados**  
 Consumo final efectivo de los hogares, 2.38, cuadro 2.1, 2.42, 2.54, 2.58, cuadro  
 2.2  
 Consumo intermedio, 2.28, 2.40-2.42, 2.48, 2.56, 2.59, 3.49, 3.56, cuadro 4.2,  
 4.43, 4.45, 4.46, 4.48, 4.52, 4.55, 4.80  
 Consumo turístico, 2.28, 2.84, 3.19, 4.40, 4.57, 4.63, 4.79  
 Consumo turístico emisor, 2.61, 2.62, 2.64, 2.66, 3.45, 4.16, 4.17, cuadro 4.1,  
 4.18, 4.19, cuadro 4.2, 4.35, tabla 3  
 Consumo turístico interior, 1.46, 2.61, 2.65, 3.30, cuadro 3.1, 4.27, 4.29, 4.34,  
 4.39, 4.40, 4.43, 4.47, 4.50, 4.51, 4.54, 4.56, 4.77, 4.79, 4.83, 4.85, 4.100,  
 cuadro 4.5, 4.105, 4.116, 4.117, tabla 4, tabla 6  
 Consumo turístico interno, 1.18, 2.61, 2.62, 2.65, 2.66, 3.45, 4.16, 4.17, cuadro  
 4.1, 4.18, 4.19, cuadro 4.2, 4.35, 4.36, 4.39, tabla 2  
 Consumo turístico nacional, 2.61, 2.66  
 Consumo turístico receptor, 2.61, 2.63, 2.65, 3.45, 4.16, 4.17, cuadro 4.1, 4.18,  
 4.19, cuadro 4.2, 4.35, tabla 1  
 Gasto de consumo, 1.45, 2.28, 2.31, 2.34-2.38, cuadro 2.1, 2.39, 2.43, cuadro 2.2,  
 2.79, 4.27, 4.34-4.36, 4.39, 4.99, tabla 1, tabla 2, tabla 3  
 Gasto en consumo final de los hogares, 2.31, 2.34-2.38, cuadro 2.1  
 Consumo colectivo, 2.79  
 Consumo colectivo turístico, véase **agregados y consumo**  
 Consumo efectivo, 2.35, 2.39, 2.45  
 Consumo final efectivo, 2.31, 2.38, cuadro 2.1, 2.42, 2.54, 2.58, cuadro 2.2, 2.79  
 Consumo final efectivo de los hogares, véase **consumo**  
 Consumo intermedio, véase **consumo**  
 Consumo turístico, véase **consumo**  
 Consumo turístico emisor, véase **consumo**  
 Consumo turístico interior, véase **consumo**  
 Consumo turístico interior, en efectivo, véase **agregados**  
 Consumo turístico interior (en efectivo y en especie), véase **agregados**  
 Consumo turístico interno, véase **consumo**

Consumo turístico nacional, véase **consumo**

Consumo turístico receptor, véase **consumo**

Contabilidad nacional, 1.21, 1.37, 2.28, 2.40, 2.55, bibliografía

Coste, véase **consumo intermedio**

Cuentas nacionales, 1.8, 1.9, 1.12, 1.13, 1.20, 1.22, 1.30-1.32, 2.27, 2.29, 2.33, 2.37, 2.44, 2.58, 3.48, 3.52, 4.10-4.13, 4.15, 4.38, 4.80, 4.95

Cuentas satélite, 1.17, 1.25, 1.39, 3.10, 3.20, 4.4, 4.72, anexo I, anexo III

Datos económicos, 1.20

Demanda turística total, véase **agregados**

Edificaciones, 4.66, anexo IV

Empleo, 1.2, 1.5, 1.20, 1.23, 1.37, 1.50, 2.2, 3.59-3.61, 4.5, 4.30, 4.58, 4.59, 4.61, 4.63, anexo III; definición en 3.59; véase también **empleo turístico**

Empleo turístico, 4.5, 4.103, 4.107; véase también **agregados**

Empresas, 2.28, 3.52, anexo I

En especie, 2.34, 2.36-2.38, cuadro 2.1, 2.41-2.43, 2.55-2.57, cuadro 2.2, 2.70, 4.12, 4.34, 4.39, 4.40, 4.68, 4.77, 4.79, 4.105

Entorno habitual, 1.1, 1.11, 2.1, 2.4, 2.6-2.13, 2.15, 2.16, 2.18, 2.22, 2.26, 2.30, 2.50, 2.60, 2.72, 3.1, 3.9

Establecimientos, 1.47, 3.52-3.54, 4.52, 4.62, 4.67, 4.71, 4.88, 4.108, anexo I, anexo II, anexo IV; definición en 3.52

Fondo de comercio, 4.66

Formación bruta de capital fijo, 2.81-2.85, 3.62, 3.63, 4.64, 4.66; véase también **formación bruta de capital fijo turística**

Formación bruta de capital fijo turística, véase **agregados**

Gasto de consumo, véase **consumo**

Gasto del visitante, 1.45, cuadro 2.2

Gasto en consumo final de los hogares, véase **consumo**

Gasto en especie, cuadro 2.1, cuadro 2.2

Hogares, 1.16, 1.45, 2.11, 2.13, 2.30, 2.31, 2.33-2.36, 2.38, 2.41, 2.72, 3.32

Horas trabajadas, 3.61, 4.61

Importaciones de bienes y servicios, tabla 5, tabla 6

Industrias, 1.11, 1.20, 1.34, 1.47, 2.83, 2.84, 3.54, 3.55, 3.58, 3.62, 3.63, 4.4, 4.12, 4.28, 4.30, 4.43, 4.44, 4.46, 4.49, 4.58, 4.59, 4.63, 4.64, 4.70, 4.77, 4.82-4.86, 4.88, 4.100, cuadro 4.5, 4.102, 4.108, tabla 5, tabla 6, tabla 8, anexo II, anexo III

Industrias turísticas, 1.20, 1.47, 2.83, 2.84, 3.54, 3.55, 3.58, 3.62, 3.63, 4.4, 4.12, 4.30, 4.43, 4.44, 4.46, 4.49, 4.58, 4.59, 4.64, 4.70, 4.82-4.85, cuadro 4.5, 4.108, anexo II, anexo III, tabla 5, tabla 7, tabla 8

Instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares, 2.30

Inversión, 1.5, 2.84, 4.66, 4.112

Lista de productos específicos del turismo, 1.50, 3.15, 3.16, 3.19, 3.21, anexo I

Manual de la balanza de pagos, 2.10, bibliografía

Márgenes, 3.40, 4.12, 4.13, 4.26, 4.41, 4.56, 4.94, 4.95, 4.99

No residentes, 2.62

Operaciones en especie, 4.34

Organizaciones internacionales, 1.27, 1.28, 3.14, 3.15, 4.7, 4.28, anexo I, anexo II

Paquetes turísticos, 1.33, 2.68, 2.73, 2.74, 3.50, 3.51, 4.12, 4.13, 4.16, 4.17, cuadro 4.1, 4.26, 4.45

Precios básicos, 2.75, 4.9, 4.43, 4.44, 4.48-4.50, 4.54, 4.99, 4.100, cuadro 4.5

Precios constantes, 1.20, 4.33, 4.76

Precios de mercado, 2.37

Producción, 1.5, 1.9, 1.40, 2.33, 2.34, cuadro 2.1, 2.48, cuadro 2.2, 2.59, 2.69, 2.72, 2.81, 2.82, 3.3, 3.23-3.25, 3.28, 3.30, 3.31, cuadro 3.1, 3.32-3.34, 3.48, 3.49, 3.52, 3.55-3.58, 4.9, 4.12, cuadro 4.2, 4.23, 4.43-4.46, 4.48, 4.49, 4.51-4.53, 4.55, 4.69, 4.82, 4.83, 4.85, 4.87, 4.88, 4.92, 4.96, 4.99, 4.106, 4.107, 4.112, 4.114, anexo II, anexo III,

Cuentas, 1.20, 4.43

Frontera, 1.16, 1.17

Producto interior bruto, 4.12, 4.77, 4.80, 4.89; véase también **producto interior bruto turístico**

Producto interior bruto turístico, véase **agregados**

Productores, 1.4, 2.66, 3.3, 3.23, 3.30, 3.38-3.40, 3.47, 4.16, 4.49, 4.82, 4.83, 4.92, 4.93

Productos, 1.23, 1.47, 2.45-2.47, 2.74, 2.75, 3.7, 3.10, 3.13, 3.15-3.17, 3.21, 3.25, 3.29, 3.30, cuadro 3.1, 3.49, 4.12, 4.13, 4.17, 4.19, 4.21, 4.22, 4.33, 4.49, 4.55, 4.56, 4.88, 4.95, 4.99, 4.100, cuadro 4.5, anexo I, anexo II; véase también **bienes y servicios**

Característicos, 1.48, 1.50, 3.15-3.17, 3.21, 3.22, 3.24, 3.28, cuadro 3.1, 4.24, 4.25, cuadro 4.3, 4.28, 4.43, anexo I, anexo II

Conexos, 3.17, cuadro 3.1, anexo I

No específicos, cuadro 3.1, 4.22

Productos específicos del turismo, véase **lista de productos específicos del turismo**

Puesto de trabajo, 1.5, 3.61, 4.59-4.62, 4.108, anexo III

Recomendaciones sobre estadísticas de turismo, 1.36, 2.6, 2.10, 2.28, bibliografía

Registros netos, 2.47, 2.75, 3.43, 3.50, 3.56, 3.57, 4.12-4.16, cuadro 4.1, 4.18, cuadro 4.2, 4.26, 4.41, 4.44, 4.45, 4.64, 4.99, 4.100, cuadro 4.5

Remuneración de asalariados, 3.61

Residencia, 1.12, 2.6, 2.10-2.14, 2.17, 2.25, 2.26, 4.12, 4.17, cuadro 4.1, 4.19, cuadro 4.2

Sistema de Cuentas Nacionales 1993, 1.9, 1.13, 1.31, 1.32, anexo V, bibliografía

Terrenos, 2.47, 4.66, anexo I, anexo IV

Territorio económico, 2.61, 2.63-2.67, 4.12, 4.16, cuadro 4.1, 4.18, cuadro 4.2, 4.26, 4.36, 4.71, 4.79

Tiempo compartido, anexo IV

Transacciones, 1.17, 2.30, 2.45

En especie, 4.12

Transferencias en especie, 2.34, 2.36-2.38, cuadro 2.1, 2.41, 2.43, 2.55, 2.57, cuadro 2.2, 4.39, 4.68

Trueque, cuadro 2.1, cuadro 2.2

Turismo, 1.1-1.7, 1.11, 1.14, 1.15, 1.17, 1.20, 1.23-1.34, 1.36-1.40, 1.45, 1.47, 1.48, 2.1-2.5, 2.8, 2.11, 2.12, 2.16, 2.18, 2.29, 2.30, 2.44, 2.61, 2.62, 2.64, 2.68, 2.78, 2.80, 2.82-2.84, 3.1-3.5, 3.9, 3.11, 3.13, 3.15-3.17, 3.22, 3.24, 3.26-3.28, 3.31, cuadro 3.1, 3.49, 3.54, 3.58-3.62, 4.1, 4.2, 4.12, 4.21, 4.22, 4.27, 4.31, 4.33, 4.34, 4.39, 4.46, 4.51, 4.55, 4.56, 4.58, 4.64, 4.66, 4.67, 4.71-4.73, 4.77, 4.79, 4.83, 4.88, 4.97, 4.101, 4.102, 4.111, 4.112, anexo I, anexo II, anexo III, anexo IV

Turismo emisor, 1.38, 2.61, 4.34; definición en 2.61

Turismo interior; definición en 2.61  
Turismo internacional, 4.33  
Turismo interno, 2.61, 4.34; definición en 2.61  
Turismo nacional; definición en 2.61  
Turismo receptor, 1.38, 2.61, 3.60, 4.34; definición en 2.61  
Valor añadido de las industrias turísticas, 3.58, 4.77; véase también **agregados**  
Valor añadido turístico, véase **agregados**  
Viajero, 2.22, 2.26  
Visitantes, 1.2, 1.4-1.6, 1.11, 1.20, 1.29, 1.40, 1.45-1.47, 2.1, 2.2, 2.4-2.6, 2.8, 2.12, 2.13, 2.16, 2.18-2.30, 2.39, 2.42-2.48, 2.53-2.68, cuadro 2.2, 2.70, 2.72-2.75, 2.82, 2.83, 3.1, 3.2, 3.6, 3.8, 3.9, 3.17, 3.19, 3.22, 3.26-3.28, 3.30, cuadro 3.1, 3.32, 3.35-3.37, 3.39, 3.40-3.43, 3.46, 3.47, 3.49, 3.50, 3.58, 3.60, 4.4, 4.12, 4.13, 4.16, cuadro 4.1, 4.18, cuadro 4.2, 4.27, 4.34-4.36, 4.39, 4.51, 4.52, 4.67, 4.68, 4.71, 4.73, 4.79, 4.80, 4.82, 4.83, 4.86-4.93, 4.96, 4.99, 4.100, cuadro 4.5, 4.102, 4.106, 4.107, 4.111, 4.112, 4.116, anexo I, anexo IV  
Viviendas, 2.14, 2.15, 2.34, 2.71, 2.72, 3.36  
Segundas viviendas, 1.15, 1.16, 1.45, 2.14-2.17, 2.68, 2.72, 3.32, 3.34-3.36, cuadro 4.3, cuadro 4.4, 4.34  
Viviendas ocupadas por sus propietarios, 2.34, 2.68, 2.69, 2.71, 3.34  
Viviendas principales, 2.14, 2.15, 2.72, 3.34