

CUENTA SATÉLITE: FUNDAMENTOS, AVANCES Y OTRAS CUESTIONES

Douglas C. Frechtling *

Resumen: Como reacción a varias décadas de enfoque pluralista en la medición del impacto del turismo en las economías nacionales, la Cuenta Satélite de Turismo (CST) propone medidas globales y coherentes, válidas tanto entre diferentes naciones, como a lo largo de distintos periodos del tiempo y válidas también para los sistemas de contabilidad nacional propios de cada nación. Los principios contables de la renta nacional promulgados en 1993 por las Naciones Unidas y otras organizaciones multilaterales previeron el uso de las cuentas satélite para actividades que hoy en día no se encuentran separadas de las estructuras económicas nacionales. Este artículo esboza el desarrollo de este nuevo instrumento para analizar el impacto económico del turismo. Explica los conceptos y el alcance de la CST y cómo amplía el ámbito del análisis tradicional del impacto del turismo. Resume cómo los resultados pueden ser empleados en estos análisis. Explora las cuestiones más importantes del desarrollo de los conceptos de la CST y las técnicas de medida, y por qué éstas son importantes para asegurar el total aprovechamiento de este novedoso y prometedor instrumento analítico. (1999 Elsevier Science Ltd. Todos los derechos reservados).

Palabras clave: Cuenta Satélite de Turismo (CST), Análisis del Impacto del turismo

I. INTRODUCCIÓN

El turismo, es decir, las actividades asociadas con el desplazamiento de los individuos fuera de su entorno habitual¹, es un fenómeno global, y la mayor parte de los países del mundo están interesados en el impacto del turismo en sus economías. Por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) prueba documentalmente que 159 de los casi 175 estados soberanos reúnen datos sobre los gastos de los visitantes internacionales, en otras palabras, sobre los ingresos que supone el turismo internacional (OMT 1997).

En las últimas tres décadas los países han estimado el impacto económico gracias a

métodos variados que empleaban definiciones y metodologías diversas. Por ejemplo, Frechtling ha identificado ocho metodologías diferentes empleadas para medir tan sólo los gastos en turismo (Frechtling, 1994). Tales enfoques impiden hacer comparaciones válidas entre naciones, o incluso en una misma nación en diferentes periodos de tiempo, e impiden los intentos del gobierno y de las empresas de sacar conclusiones válidas sobre la naturaleza y la evolución de la demanda turística en las economías nacionales.

Otra desventaja de este enfoque pluralista para medir el impacto del turismo es que los resultados raras veces se pueden comparar con la renta nacional y las cuentas de gastos del turismo, empleados para calcular el

* Departamento y Administración de Turismo. Escuela de Negocios y Administración Pública. Universidad George Washington, Artículo publicado en *Tourism Management* (nº 20, 1999, Pág. 163-170)

producto nacional bruto, la renta nacional, el consumo personal, la inversión de capital y las transacciones con el resto del mundo.

Este artículo está diseñado para trazar el desarrollo de un nuevo instrumento para analizar el impacto económico del turismo: la "Cuenta Satélite de Turismo" (CST). Explica los conceptos y el alcance de CST y cómo ésta amplía el ámbito de las medidas tradicionales del impacto del turismo. Esboza como los resultados pueden ser empleados para el análisis del impacto. Explora las cuestiones más importantes sobre el desarrollo del concepto de CST y sus instrumentos de medida, hoy sujetos a debate, y por qué éstos son importantes para aquellos que buscan comprender mejor las consecuencias económicas del turismo interior e internacional.

II. DESARROLLO DE LA CST

Francia parece haber sido el primer país en desarrollar "cuentas satélite" en su sistema de contabilidad en los años sesenta, en principio para analizar el sector de la vivienda (Carson & Grimm, 1991). Ya en 1983 la Organización Mundial del Turismo (OMT) requería un sistema que proporcionase "un método uniforme y global de medida (del turismo) y comparación con otros sectores de la economía"² (Smith & Wilton, 1997). En 1985, Suecia decidió desarrollar la Cuenta Satélite de Turismo pero limitándola a la oferta turística (Nordstrom, 1996).

Canadá está reconocida como el primer país que desarrolló una CST global en 1994 (Meis & Wilton, 1998). Para una descripción

de esta CST, consúltese Lapierre y Hayes (1994). Además de estos países, la República Dominicana, España, Australia, Suiza, Noruega, Singapur, Nueva Zelanda y los Estados Unidos se encuentran en la actualidad en diversas etapas del desarrollo de la CST.

Junto a los esfuerzos individuales de estos países, dos cuerpos internacionales han desarrollado modelos de CST: la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En los años ochenta, la OCDE, "un foro único que permite a los gobiernos de las democracias industrializadas estudiar y formular las mejores políticas posibles en todos los ámbitos sociales y económicos" (OCDE, 1996), empezó a trabajar sobre estándares internacionales para captar ciertos impactos económicos del turismo en lo que se llamó las "Cuentas Económicas de Turismo" (OCDE, 1997). Éstas se encuentran en evolución hacia unas CST totalmente desarrolladas, aunque aún no existe un acuerdo definitivo entre las naciones de la OCDE.

En 1991 la OMT—asociada a las Naciones Unidas y dedicada al desarrollo del turismo alrededor del mundo—, y Turismo Canadá—la administración del turismo nacional de Canadá—, patrocinaron la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo en Ottawa, Canadá. Este congreso reunió a más de 200 representantes de 90 países para debatir diversos conceptos e intentos de proporcionar medidas consistentes y globales de la actividad turística y

sus impactos económicos, e hizo recomendaciones a los distintos países sobre los pasos a seguir (Frechtling, 1991). Las definiciones consensuadas de diversas actividades turísticas se codificaron en un informe conjunto del Departamento para la Información Social y Económica y el Análisis de Sistemas, y la OMT (Naciones Unidas, *Recommendations on Tourism Statistics*, 1994).

Además, la conferencia:

recomendó que se apoyase el concepto de un Sistema de Cuenta Satélite, que obtuviera sus principales componentes del Sistema de Contabilidad Nacional de las Naciones Unidas, y que los distintos países introdujesen dichos sistemas contables en sus bases analíticas para los datos del turismo... (Naciones Unidas, *Recommendations on Tourism Statistics*, 1994. 98)

Este Sistema de Contabilidad Nacional es un conjunto de directrices para organizar la información económica de una manera útil. Suministra conceptos, definiciones, clasificaciones, normas contables, cuentas y tablas para proporcionar un marco global e integrado para la producción, el consumo, la inversión de capital, ingresos, depósitos y flujo de riqueza financiera y no financiera, y variables económicas relacionadas. Todo esto nos ayuda a entender la naturaleza y las tendencias de cada economía nacional, y a impulsar medidas consistentes, válidas para todos los países y a través del tiempo. Este Sistema está detallado en el manual, *System of National Accounts* 1993, respaldado por las Naciones Unidas, el Fondo Monetario Internacional, la Comisión de las Comunida-

des Europeas-Eurostat, la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo y el Banco Internacional (a la que se aludirá de aquí en adelante como "SNA 1993") (Naciones Unidas, *System of National Accounts*, 1993).

Las cuentas:

proporcionan una relación global y detallada de las complejas actividades económicas que tienen lugar dentro de una economía, y de la interacción entre los distintos agentes y grupos de agentes económicos que tiene lugar en los mercados o en otros lugares. En la práctica, las cuentas se compilan durante una sucesión de periodos de tiempo, proporcionando así un continuo flujo de información que es indispensable para el control, análisis y evaluación del funcionamiento de una economía a través del tiempo (SNA 1993 1.1).

El marco central de la SNA 1993 es exhaustivo y coherente con respecto a las actividades económicas de las que se ocupa. A pesar de su considerable flexibilidad, sus autores reconocen que existen ciertas limitaciones con respecto a aquello que puede ser acomodado directamente dentro del marco central (SNA 1993, 21.2). Para algunos, el Sistema no permite el uso simultáneo de enfoques contrarios para contabilizar las actividades económicas. La SNA 1993 tampoco afirma que sus categorías y conceptos sean en todos los casos los únicos correctos. Para satisfacer las necesidades de análisis de los sectores económicos que no están explícitamente cubiertos en la SNA 1993 se recomiendan las "Cuentas Satélite":

Las cuentas o sistemas satélite generalmente enfatizan la necesidad de ampliar la capacidad analítica de la contabilidad nacional sobre áreas escogidas de asuntos sociales de una manera flexible, sin sobrecargar o desorganizar el sistema central... Generalmente, los sistemas o cuentas satélite permiten:... (b) El uso de conceptos complementarios o alternativos incluido el uso de clasificaciones complementarias o alternativas y marcos contables ante la necesidad de introducir dimensiones adicionales al marco conceptual de la contabilidad nacional (SNA 1993 21.4).

Esta opción tiene especial relevancia para el análisis del turismo. De hecho, la SNA 1993 sugiere específicamente el enfoque de las cuentas satélites para analizar el turismo:

Para dar más énfasis al punto de vista funcional, dichas cuentas satélite combinan una extensión del tipo de actividad y análisis del producto, y una generalización del enfoque de los objetivos... Dichas cuentas son relevantes en muchos campos, tales como cultura, educación, salud, protección social, *turismo*... (SNA 1993 21.51).

III. PRINCIPIOS BÁSICOS DE CST

La CST que la OMT y otras organizaciones están desarrollando está diseñada para organizar la información sobre los efectos que la actividad turística tiene sobre la producción, los ingresos, la riqueza y el empleo en un país de manera consistente junto con

cómo se miden otros sectores de la economía nacional en el Sistema de Contabilidad Nacional³ (OMT, 1998). La CST, por lo tanto, debe cumplir dos reglas para ser de máxima utilidad para el análisis dentro del marco de la SNA 1993:

1. Debe observar las definiciones de turismo y de las actividades relacionadas promulgadas por las Naciones Unidas y la OMT (de aquí en adelante ONU/OMT).
2. Debe ajustarse a las definiciones de las magnitudes más importantes de la SNA 1993 y convenios relacionados con respecto a la valoración, duración, emplazamiento y otras características.

La ONU y la OMT definen "turismo" como:

(comprende las) actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su entorno habitual durante no más de un año consecutivo por placer, negocios o con otros propósitos. (Naciones Unidas, *Recommendations on Tourism Statistics*, 1994. 9).

Cuando un individuo considera la posibilidad de hacer turismo, es decir, planea un viaje o visita a un lugar fuera de su entorno habitual, pagará por ciertos bienes y servicios que usará en éste y en futuros viajes (Naciones Unidas, *Recommendations on Tourism Statistics*, 42). Durante el viaje en sí, el visitante normalmente pagará por el transporte, alojamiento y otros servicios, así como por comida, bebida y otros bienes. Al regresar a casa, puede que revele un carrete de

fotos (un servicio) o compre un despertador (un bien) u otros objetos gastados, rotos o perdidos en el viaje. En los tres casos, los gastos son el resultado de la actividad turística del individuo.

En el caso de que el viaje no se realice, pocos de estos gastos tendrían lugar. Así, se puede considerar razonablemente que la actividad turística genera ciertos gastos en ciertos lugares en ciertas ocasiones, y que estos gastos tendrán algún efecto en las economías nacionales en las que ocurren.

Tradicionalmente, países, regiones, estados, provincias y localidades se han centrado

directas con las principales Magnitudes económicas de interés: el Producto Interior Bruto (PIB), el Consumo Total, la Formación Bruta de Capital, y las transacciones con el resto del mundo.

El elemento básico en la economía nacional reconocido por la SNA 1993 es la "unidad institucional" (SNA 1993 1.13). Esta es una entidad económica que es capaz, por derecho propio, de poseer activos, contraer responsabilidades y tomar parte en actividades económicas y en transacciones con otras entidades.

Las principales características

trabajos preparatorios para la primera Cuenta Satélite del Turismo en España, así como las fuentes de información estadísticas dis-

se centra en la uni-
cos de base referid

por un lado, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...

- 1. El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...
- 2. El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...
- 3. El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...
- 4. El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...

El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...

El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...

El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...

El estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España, un estudio de los gastos turísticos en España...

res. Además, las unidades institucionales residentes en el extranjero se agrupan simplemente como cuentas de “el resto del mundo” o transacciones externas ⁴.

IV. EL CONSUMO TURÍSTICO

El Consumo es una de las principales magnitudes de la SNA 1993 y se define como “una actividad en la que unidades institucionales hacen uso de bienes y servicios”. Se distinguen dos tipos de consumo (SNA 1993 1.49. 9.8)

- Consumo Final, definido como “el uso de bienes y servicios por parte de particulares, unidades gubernamentales o instituciones sin ánimo de lucro que sirven a particulares (NPISHs) para satisfacer sus necesidades o deseos individuales o colectivos ⁵ y
- Consumo Intermedio, definido como “la actividad de hacer uso de “inputs” de los procesos de producción”

El Consumo Intermedio es un componente del gasto nacional y parte integrante del trazado de los llamados efectos “multiplicadores” de los gastos de turismo a través de la economía. Sin embargo, el Consumo Intermedio no se cuenta directamente como parte del Producto Interior Bruto del país.

En el análisis del turismo nos encontramos interesados sobre todo en el Consumo Final de particulares con relación a viajes fuera de su entorno habitual. Podemos denominarlo “consumo turístico final del particular” –la actividad por parte de particulares de

hacer uso de bienes y servicios sin ulterior transformación en producción. SNA 1993 amplía este concepto más allá el simple concepto de gastos de visitantes de tres maneras.

En primer lugar, además de comprender los gastos en efectivo que el individuo hace al viajar fuera del hogar, la SNA 1993 añade los gastos imputados. Los gastos imputados de interés en el análisis turístico incluyen los servicios de segundas viviendas o viviendas de vacaciones ocupadas por sus dueños. Siempre que un miembro de la vivienda reside en tal vivienda, el consumo particular tiene lugar.

En segundo lugar, agencias gubernamentales y NPISHs pueden financiar total o parcialmente viajes individuales por tratamientos médicos, educación, recreación o propósitos similares. Pueden también financiar entradas gratuitas o reducidas a museos, jardines, zos y parques. Éstas se conocen formalmente como “transacciones en especie”, y son parte del consumo turístico final.

La tercera forma en que el consumo turístico final de particulares se amplía más allá de los simples gastos de visitantes se refiere a la duración y lugar del gasto. La ONU y la OMT definen el “consumo turístico” como “el valor de los bienes y servicios usados por o para las unidades turísticas (visitantes)” (Naciones Unidas. *Recommendations on Tourism Statistics*, 1994. 83). La ONU y la OMT han dejado claro que el gasto turístico o el consumo debería incluir desembolsos que tienen lugar (a) antes (b) durante y (c) después del viaje del visitante (Naciones Unidas, *Recommendations on*

Tourism Statistics, 1994. 88). Éstos ocurren con mayor frecuencia (a) en el entorno habitual del particular; (b) fuera del entorno habitual, en el camino hacia el destino o en el destino, y (c) en el entorno habitual del particular, respectivamente.

Los valores de estas tres categorías deben ser añadidos a los gastos por turismo del particular para extraer el total del consumo por turismo final del mismo. Éste dará cuenta de la demanda particular de productos turísticos de manera significativamente más amplia que las medidas disponibles hasta el momento en la mayoría de los países. Este concepto ampliado del consumo turístico plantea la cuestión de ciertos bienes de consumo duraderos y su relación con la actividad turística, que se expondrá a continuación.

V. LA FORMACIÓN DEL CAPITAL TURÍSTICO

La "Formación Bruta de Capital" en la SNA 1993 se mide principalmente por el valor total, durante un periodo contable, de las adquisiciones de un fabricante o productor menos las ventas de activos fijos, es decir, los activos producidos (en su mayor parte maquinaria, equipamiento, edificios u otras estructuras) que se usan repetidamente o de manera continuada para producción durante varios periodos contables (es decir, más de un año) (SNA 1993 1.49, 10.33)

Para servir a los visitantes, aquellos que proporcionan servicios turísticos necesitan invertir en la Formación Bruta de Capital.

Este capital incluye viviendas (ej. segundas viviendas, apartamentos y copropiedades), otros edificios y estructuras (ej. hoteles, terminales de transporte, superestructuras de parques temáticos) y maquinaria y equipamiento (ej. vehículos de transporte, telesillas). Los gastos en Formación Bruta de Capital que dan lugar a que los trabajadores de servicios puedan servir a los visitantes contribuyen a su vez al Producto Interior Bruto de un país.

VI. CUENTA DEL RESTO DEL MUNDO

También llamada "cuenta de transacciones externas", esta cuenta hace constar las transacciones entre los residentes y los no residentes de un país. Esta cuenta tiene un papel similar a la de un sector institucional, aunque las unidades no residentes se incluyen sólo en el caso de que tomen parte en transacciones con unidades institucionales residentes.

Esta cuenta se presenta desde el punto de vista del resto del mundo, de modo que si el balance es positivo, significa un superávit del resto del mundo y un déficit para la economía total. La cuenta no está ligada a ningún tipo específico de actividad económica como la producción o el consumo, sino que agrega todos los tipos de actividad económica. (SNA 1993 1.14, 2.23, 14.4 14.5 14.7).

Hay una concordancia prácticamente completa entre los conceptos de balance de pago delineados en el *Balance of Payments*

Manual de IMF y la cuenta del resto del mundo de la SNA 1993 con respecto a las definiciones de residencia, valoración y momento del registro de transacciones, alcance de las transacciones internacionales en bienes, servicios, ingresos primarios y transferencias corrientes, alcance de las transferencias de capital y de las transacciones de los activos y pasivos financieros externos (SNA 1993 14.147). Las cuentas de transacciones externas de bienes y servicios son de particular interés en el contexto de CST (muestra el balance de bienes y servicios que resulta de turismo interior y exterior en un país), los ingresos primarios y las transferencias corrientes (registra el flujo de sueldos y salarios así como los ingresos por propiedad y los impuestos), y la cuenta de capital (registra la adquisición y venta de activos fijos no financieros como aviones y hoteles).

En suma, la Cuenta Satélite de Turismo es en realidad un grupo de cuentas económicas que se integran unas con otras y con el sistema total de contabilidad nacional. Aunque las cuentas reales producidas en una CST aún no han sido estandarizadas, generalmente éstas comprenderán una o más de las siguientes cuentas:

- Consumo turístico de artículos
- Impacto del consumo turístico en la oferta
- Cuentas de producción de la industria turística
- Formación Bruta de Capital con relación al turismo
- Empleo relacionado con el turismo
- Existencias y flujo de activos fijos con relación al turismo

- Importaciones y exportaciones de bienes y servicios generados por el turismo
- Balance de pagos del turismo
- Valor añadido del turismo (contribución al Producto Interior Bruto) por artículo y actividad

VII. USOS DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO

Al producir estimaciones del impacto económico del turismo que son coherentes con la manera en que los países miden la renta y la producción nacional, se podrá determinar correctamente las implicaciones económicas del turismo con relación al resto de la economía. Por ejemplo, un país podrá averiguar:

- La contribución del turismo a su Producto Interior Bruto
- La función del turismo en el Consumo Final
- El papel del turismo en la inversión de capital
- La productividad del sector de servicios turísticos
- El impacto del turismo en sus transacciones con el resto del mundo
- La producción neta del sector turístico relativa a la producción de otras industrias
- El empleo relacionado con el turismo
- Los impuestos generados por el turismo y otras tasas
- Como todo lo anterior cambia a través del tiempo

Por ejemplo, un país podría averiguar que a consecuencia de los gastos de los visi-

tantes se está produciendo una cuota creciente de Producto Interior Bruto y por tanto merecen un mayor reconocimiento como instrumento de desarrollo económico. O podría averiguar que el papel del turismo como generador de afluencias de pagos netos positivos desde el extranjero está disminuyendo, y por tanto se requieren cambios en la política gubernamental.

Por ejemplo, analizando una serie de datos a través del tiempo con la CST canadiense, la Comisión de Turismo Canadiense averiguó que la demanda turística se incrementó un 5.3% en 1997 sobre el año anterior, y que un 28% del total provenía de los visitantes internacionales. Con respecto a la década anterior, los gastos turísticos globales en Canadá crecieron un 2% más deprisa que el Producto Interior Bruto general. Más de la mitad de este crecimiento se produjo debido a visitantes internacionales. La demanda turística en Canadá está altamente relacionada con el ciclo general del comercio, pero no ocurre lo mismo con el empleo turístico según la CST de Canadá (Meis & Wilton, 1998).

VIII. CONCEPTOS DE LA CST

Los países y organizaciones internacionales, al ir desarrollando estándares y métodos de medida para las CST, deben a su vez discutir una serie de temas. Las siguientes son las cuestiones más significativas de CST que hoy en día son enérgicamente debatidas entre las organizaciones en proceso de desarrollo de estándares internacionales.

VIII. 1. Productos Turísticos característicos

Para ser coherente con las principales magnitudes económicas según la contabilidad nacional de un país, una CST requiere que ciertos bienes y servicios se denominen como característicos del turismo por cumplir uno de los dos criterios siguientes:

- Los visitantes dan cuenta de más de una cierta cuota mínima del consumo total del producto
- El consumo del producto da cuenta de más de una cierta cuota mínima de los gastos totales de los visitantes en un país

Los productos o artículos característicos del turismo se emplean para identificar la características de los establecimientos turísticos, que son un componente importante de la "industria turística", como se indica más adelante.

Los analistas generalmente incluyen los siguientes entre los artículos o productos característicos del turismo:

- Hoteles y otros servicios de alojamiento
- Servicios de segunda vivienda/ vivienda de vacaciones
- Servicios de comida y bebida
- Transporte aéreo de pasajeros
- Transporte de pasajeros en tren
- Cruceros
- Alquiler de automóviles
- Servicios de las agencias de viajes
- Ciertos servicios recreativos y de entretenimiento

La cuestión es, por supuesto, cuáles deberían ser dichas cuotas mínimas. Parece claro que éstas serán diferentes según los países, de modo que la lista de dichos productos diferirá también según los países. El nivel al que las cuotas mínimas se establezcan para éstos ayudará a determinar el alcance del impacto del turismo en las economías nacionales.

VIII.2. La Industria Turística

El conjunto de establecimientos comerciales que forman la “industria turística” no es evidente. Pocos establecimientos venden toda su producción directamente a los visitantes. Esta es la definición más restringida de tal industria, pero la única que satisface completamente los convenios de la SNA 1993.

Según estos convenios, la industria turística debe vender su producción directamente a los visitantes. Esto es evidente con respecto a los servicios, pero requiere una perspectiva diferente para los bienes. Ya que prácticamente todos los bienes que se venden a los visitantes (comida, bebida, gasolina, souvenirs, ciertos productos duraderos) se producen en un establecimiento distinto del minorista del que el visitante es cliente, tan solo el margen bruto (ingresos de la venta de bienes menos el coste de los bienes vendidos) de tales minoristas se incluye como producción turística.

Pero hay una cuestión más importante: ¿cómo se determina si un establecimiento comercial concreto se debería incluir en la

industria turística? ¿Debería la “industria turística” incluir aquellos establecimientos cuyas principales actividades productivas proporcionan un producto turístico característico directamente a los visitantes (ej. hoteles, compañías aéreas, compañías de cruceros, alquiler de coches y establecimientos)? ¿O deberíamos incluir aquellos establecimientos en ciertas áreas que abastecen casi exclusivamente a los visitantes sin tener en cuenta los productos vendidos (ej. los “drug stores” de Las Vegas)? ¿O deberían ser ambos incluidos?

Ésta es una decisión importante porque afecta al volumen del Producto Interior Bruto (PIB) y a la Formación Bruta de Capital que se atribuye a las actividades de los visitantes.

VIII.3. PIB del Turismo Versus PIB de la Industria Turística

Una manera de definir el PIB de un país es que éste es igual a la suma del valor bruto añadido de todas las unidades institucionales residentes que toman parte en la producción más impuestos y menos subvenciones sobre los productos que no se incluyan en el valor de su producción. Si estamos interesados en la cuota de PIB que producen los visitantes, tenemos dos opciones:

- “PIB del Turismo” incluiría solo la parte proporcional del valor añadido por el proceso de producción correspondiente al bien o servicio consumido por los visitantes, es decir, lo que se incluye en el consumo turístico. Según este concepto, por

ejemplo, tan solo la proporción de comidas vendidas a visitantes en restaurantes daría lugar a una contribución al PIB añadida al valor de los restaurantes.

- “PIB de la Industria Turística”, por otra parte, incluye todos los valores añadidos de los fabricantes del turismo característico. Según este concepto, por ejemplo, todo el valor añadido por los restaurantes estaría incluido en el PIB de un país generado por los visitantes.

Algunos piensan que una interpretación estricta de los principios contables de la SNA 1993 excluye el concepto de PIB del Turismo: no hay un proceso especial de producción que se pueda identificar como característico de la demanda de los visitantes. Sin embargo, muchos argumentan que la PIB de Turismo es un concepto más útil analíticamente ya que mide sólo los resultados de los gastos de los visitantes ⁶.

VIII.4. Los bienes duraderos en el Consumo Turístico

En principio, las *Recommendations on Tourism Statistics* de la ONU y la OMT no incluían ningún gasto de los visitantes de “tipo capital”, como coches, vehículos para recreo y barcos, incluso a pesar de que éstos fuesen usados en viajes fuera del entorno habitual del viajero (Naciones Unidas, *Recommendations on Tourism Statistics*, 1994 89). Estos gastos de “tipo capital” se encuentran entre lo que en la SNA 1993 se denominan “bienes de consumo duraderos”: un bien de consumo que puede ser usado repetidamente o de manera continuada en un periodo de más de un año, suponiendo un

índice normal o regular de uso físico (SNA 1993 9.38)

En debates posteriores y en el trabajo de Canadá Estadísticas y otras oficinas de estadística nacional que estudian las CST se ha llegado al consenso de incluir las compras que se hacen en los viajes, excepto los bienes raíces u objetos de valor, en el consumo turístico, y algunos bienes duraderos “con un sólo propósito”, que se usan total o predominantemente en viajes fuera del entorno habitual pero que se compran antes del viaje. Canadá Estadísticas, por ejemplo, incluye los equipos de camping, el equipaje y los vehículos de recreo dentro del consumo turístico sin tener en cuenta si éstos se compran durante un viaje fuera del hogar o no (Lapierre & Hayes, 1994).

La cuestión es dónde trazar la línea entre los bienes duraderos que se incluyen en el consumo turístico y aquellos que no. Si hay una relación demostrable entre la compra de esquís, snowboards y los viajes de ocio en invierno, ¿no deberían estos elementos ser incluidos entre los bienes de consumo turístico duraderos cuando se compran antes de un viaje, incluso aunque en ocasiones se usen en zonas de esquí locales? ¿Podemos prorratear el valor de las compras anuales de tales bienes duraderos entre las actividades turísticas y no turísticas? ¿O deberíamos limitar los bienes turísticos duraderos a aquellos “con un sólo propósito”: el uso en viajes fuera del hogar? Para una discusión detallada sobre los bienes de consumo turístico perdurable en las CST, consultar Frechtling (1998).

La manera en que los bienes de consumo son tratados en una CST afecta al alcan-

ce del impacto del turismo medido de manera coherente con el sistema nacional de contabilidad nacional del país.

VIII.5. Viajes organizados

Según los convenios de la SNA 1993, un viaje organizado se considera un producto distinto del alojamiento, transporte y otros componentes del viaje organizado. El organizador en este caso es considerado como alguien que compra ciertos productos y vende un producto nuevo, de igual manera que una compañía aérea compra combustible, mano de obra, derechos sobre el terreno, etc. para crear transporte aéreo. Esto, por supuesto, oscurece las relaciones entre el visitante y la compañía aérea, el hotel etc. que le proporciona los componentes de su viaje.

Es más, según los convenios de la SNA 1993, el viaje organizado se considera producto de cualquier país en el que el organizador reside. De modo que si un vendedor británico de viajes organizados vende un viaje por Francia a un americano, el producto se considera británico y no francés o americano.

Un grupo de analistas recomienda no tener en cuenta los viajes organizados (OCDE, 1997). Esto restablece el vínculo entre el consumidor y el productor real del transporte, el alojamiento, etc. Además, la producción podría entonces ser atribuida al país donde la actividad productiva es probable que tenga lugar. Hay problemas metodológicos significativos, sin embargo, para obtener el valor de los componentes de un viaje organizado según los diferentes tipos de viajes y de países.

VIII.6. La Formación Bruta de Capital

Hay dos conceptos de activos fijos con relación a la actividad turística. Una es que la instalación y el equipamiento adquiridos por la "industria turística" estén debidamente definidos. De este modo, cualquier adquisición neta de activos fijos por parte del sector hotelero, por ejemplo, estaría incluida en la Formación Bruta de Capital del turismo según estos principios. El otro concepto se refiere a aquellos activos fijos no financieros que se consideran específicos del turismo sin tener en cuenta el tipo de establecimientos que compran éstos como activos turísticos. Por ejemplo, la adquisición neta de un avión de pasajeros estaría incluida en la Formación Bruta de Capital sin tener en cuenta si se trata de una compañía comercial o de una corporación que transporta sus propios empleados.

Al análisis económico del turismo le es más útil un enfoque que vincule más estrechamente la inversión en capital fijo y la actividad de los visitantes. Sin embargo, llegados a este punto no está claro cuál de estos enfoques cumple este requisito.

VIII.7. Cuentas Sub-Nacionales o Regionales

Prácticamente todos los debates con respecto a las CST han sido en el ámbito nacional, lo cual es coherente con el alcance de la contabilidad nacional. Sin embargo, el turismo es sobre todo una actividad local, que produce contribuciones económicas significativas en ciertas zonas de la economía nacional pero insignificantes en otras. ¿De qué uso les es una CST *nacional* a organizaciones de administración de destinos y a los comercios locales que abastecen a los visitantes?

Canadá Estadísticas planea desarrollar una CST en el ámbito provincial, sacando partido de las tablas de "input" y "output" hoy disponibles en el ámbito regional. Esta experiencia será seguida de cerca por otras organizaciones estadísticas nacionales y entidades de turismo local.

IX. CONCLUSIÓN

La Cuenta Satélite de Turismo promete en gran medida mejorar nuestra forma de entender la contribución del turismo alrededor del mundo a la economía nacional, al producir estimaciones del impacto económico del turismo que son:

- Comparables en todos los países
- Perduran a lo largo del tiempo
- Compatibles con las medidas estandarizadas de la economía nacional.

Con Canadá a la cabeza, la CST se encuentra en la actualidad en pleno desarrollo conceptual en todo el mundo. Aunque la OMT y la OCDE están desarrollando estándares multinacionales, no hay garantía de que lleguen a un acuerdo o de que influyan substancialmente en el desarrollo de las cuentas satélite de países individuales.

Podemos confiar plenamente en que los encargados de contabilizar los ingresos nacionales de los distintos países y las agencias se asegurarán de que cualquier CST nacional siga los convenios de la SNA 1993, para que las mediciones de las contribuciones económicas por turismo puedan ser debidamente comparadas con el PIB, la Renta Nacional y otras magnitudes económicas nacionales. Lo que no está tan claro es si una CST captará realmente la mayor parte del

impacto que el turismo puede tener en la economía, es decir, todas las consecuencias económicas de que en un país la gente se desplace de su entorno habitual.

Es de la incumbencia de aquellos que dependen del turismo para su sustento, de aquellos que hacen las políticas públicas que afectan a esta actividad y sus consecuencias y de aquellos que estudian los fenómenos relacionados con estos viajes, controlar el proceso de desarrollo de las CST en sus propios países y en la OMT y la OCDE, y cómo se resuelven las cuestiones antes planteadas. Esto determinará si este prometedor nuevo instrumento alcanza todo su potencial para exponer el impacto total de las actividades turísticas en las economías nacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- CARSON C.S. & GRIMM B.T. (1991), Satellite accounts in a modernized ad extended system of economic accounts. *Business Economics*. 26 (1), 59.
- FRECHTLING D.C. (1991), Improving the world's Tourism statistics: recommendations of an International conference. *Journal of Travel Research*, 30 (2), 59-61.
- FRECHTLING D.C. (1994), Tourism economic impact models. In S.F.Witt & L. Moutinho (eds.) *Tourism Marketing and management Handbook* (2nd ed.) (pp. 488-496) Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- FRECHTLING D.C. (1994), Assessing the impacts of travel and tourism –measuring economic benefits. In JRB Ritchie & CR Goeldner (eds.) *Travel, Tourism and Hospitality Research: a Handbook for managers and Researchers* (pp.367-391). New York: Wiley.
- FRECHTLING D.C. (1998) Toward conclusive measurement of tourism impact: Consumer durables in the tourism satellite account. A paper delivered to the

- 6th Meeting of the Steering Committee. World Tourism Organization. Madrid. Spain. February 1998.
- LAPIERRE J & HAYES D (1994) The Tourism satellite account. In *National income and expenditure accounts, quarterly estimates* (vol 31, 2nd quarter). Statistics Canada, Ottawa.
- LAPIERRE J & HAYES D (1994) The tourism satellite account. In *National income and expenditure accounts, quarterly estimates* (vol 31, 2nd quarter, p.3). Statistics Canada, Ottawa.
- MEIS S & WILTON D (1998) Assessing the economic outcomes of branding Canada: Applications, results and implications of the Canadian tourism satellite account. Paper delivered to the 29th Conference of the Travel and Tourism research Association. June 1998. p.6, 7,9.
- MEIS S & WILTON D (1998) Assessing the economic outcomes of branding Canada: Applications, results and implications of the Canadian tourism satellite account. Paper delivered to the 29th Conference of the Travel and Tourism research Association. June 1998. p.2.
- NORDSTRÖM, J (1996), Tourism satellite account for Sweden 1992-93, *Tourism economics*, 2(1), 14.
- OCDE (1996), Slowdown in International Tourism in 1995 in the OCDE area. *OCDE News release*. March 1996.
- OCDE Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs (1997). *A Tourism Satellite Account for OCDE Countries*. October 1997. P.3.
- OCDE Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs (1997). *A Tourism Account for OCDE Countries*. October 1997. P.17.
- SMITH SLJ & MILTON D (1997). CSTs and the OMT/WEFA methodology: different satellites or different planets? *Tourism Economics*, 3(3). 250.
- UNITED NATIONS, *System of National Accounts* (1993) International Monetary Fund. Commission of the European Communities-Aerostat, Organization for Economic Co-Operation and Development. World Bank. United Nations. New York.
- UNITED NATIONS, *Recommendations on Tourism Statistics* (1994), Department for Economic and Social information and Policy analysis and World Tourism Organization. United Nations. New York, 1994.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION, OMT (1997), *Compendium of Tourism statistics 1991-1995* (17th ed.) Madrid, Sapin.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION, OMT (1998), *Tourism Satellite Account (CST)* 3rd draft Rev. 1. Madrid, Spain, January 1998.

NOTAS

(1) Definición adoptada por las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo, publicada en el Departamento de Información Económica y Social y el Análisis de la Política y la Organización Mundial del Turismo. *Recommendations on Tourism Statistics*. Naciones Unidas. Nueva York. 1994. 9.

(2) Secretario General. Informe del Secretario General sobre la ejecución del programa general de trabajo durante el periodo 1982-1983. Addendum B.5.2.1. "Determinants of the importance of tourism as an economic activity within the framework of the national accounting system", estudio presentado en la quinta sesión de la Asamblea General. Nueva Delhi. 1993.I. Citado en Smith y Wilton.

(3) OMT publicó un primer borrador de CST en 1995, y esperaba completar su redacción definitiva hacia finales de 1998

(4) SNA 1993 1. 13-14. Instituciones sin ánimo de lucro que sirven a Particulares (NPISHs) son instituciones sin ánimo de lucro que toman parte principalmente en la producción de servicios no mercantiles para particulares, y cuyos recursos principales son las contribuciones voluntarias de particulares, ej. sindicatos, asociaciones de consumidores, centros de caridad e iglesias.

(5) SNA 1993 hace la distinción entre unidades institucionales que hacen gastos de Consumo Finales y aquellas que finalmente los adquieren y hacen uso de ellos. Tanto los particulares como las NPISHs y el gobierno gastan en bienes de consumo y servicios, pero sólo los particulares y el gobierno consumen realmente los productos, ya que las NPISHs transfieren a particulares todos los bienes y servicios que compran para el consumo (SNA 1993, 9. 8-11)

(6) Por ejemplo, la CST canadiense se basa en este supuesto