

Resumen

En este trabajo se describen los rasgos fundamentales de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) de España, que elabora anualmente, desde 2002, el Instituto Nacional de Estadística (INE). A partir de este novedoso instrumento contable, se ofrece una caracterización macroeconómica del turismo, resaltándose el papel fundamental que esta actividad ha venido desempeñando en el crecimiento de la economía española entre 1995 y 2003. El estudio incluye dos extensiones al núcleo central de la cuenta: el análisis de los segmentos del turismo por motivo del viaje, y algunos indicadores regionales de oferta y demanda, que constituyen una primera aproximación al impacto espacial del turismo.

Palabras clave: turismo, Cuenta Satélite, segmentos turísticos, impacto regional del turismo.

Abstract

In this study we describe the main features of the Tourism Satellite Account (CST) in Spain, which has been produced every year by the National Institute of Statistics (INE) since 2002. We use this innovative accounting instrument to offer a macroeconomic characterisation of tourism, underline the fundamental role that this activity played in the growth of the Spanish economy between 1995 and 2003. The study includes two extensions to the central core of the account: analysis of tourism segments by trip motivation, and some regional supply and demand indicators, which represent a first approach to the spatial impact of tourism.

Key words: tourism, Satellite Account, tourism segments, regional impact of tourism.

JEL classification: D57, L83, R10.

INSTRUMENTOS DE MEDIDA DEL TURISMO: LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO

Agustín CAÑADA MARTÍNEZ

Universidad Autónoma de Madrid e INE

I. INTRODUCCIÓN

EN junio de 2002, la Subdirección General de Cuentas nacionales del INE presentó la primera versión de la CST de España, pasando desde ese momento a integrarse en el conjunto de estimaciones periódicas de las cuentas económicas que elabora el INE, habiéndose publicado en diciembre de 2003 la última revisión de sus estimaciones.

En este trabajo se comentan los rasgos fundamentales de la CST de España (CSTE) y se lleva a cabo una aplicación práctica de los mismos para proporcionar una descripción de la economía del turismo. Naturalmente, no se persigue una descripción exhaustiva, ni desde una perspectiva metodológica ni empírica, sino que la intención fundamental es señalar algunas posibles vías de aplicación de este novedoso instrumento contable.

En segundo lugar, se trata de presentar los resultados todavía provisionales de la parte de la regionalización de la CSTE, que se va a incluir en las futuras versiones de la cuenta. Dentro de este ámbito, el documento incluye, junto a unos breves apuntes metodológicos y estadísticos, algunos indicadores de oferta y demanda, que constituyen una primera versión aproximativa del impacto espacial del turismo en España.

La estructura de este trabajo es como sigue: el apartado II sir-

ve como introducción metodológica y conceptual, incluyendo una descripción de los objetivos y contenido básico de la CST de España; el apartado III utiliza los resultados más recientes disponibles de la CSTE para describir los rasgos macroeconómicos básicos del turismo en España; el apartado IV analiza algunos elementos singulares de la CSTE, tales como el análisis de los segmentos o categorías del turismo por motivo del viaje, con énfasis especial en el turismo de negocios; el apartado V incluye los datos de la primera aproximación regional de la CSTE. El trabajo se cierra con un apartado de resumen y reflexiones finales. Con el fin de no sobrecargar el cuerpo principal del texto, algunos detalles metodológicos se han incluido en recuadros específicos. También con esa intención de simplicidad, se incluyen dos anexos: el primero contiene algunas tablas de resultados numéricos de la CST de España; el segundo se dedica al comentario de las fuentes estadísticas básicas en las que ésta se fundamenta.

II. UNA BREVE DESCRIPCIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO

1. Los elementos básicos: problemas de delimitación y medición del turismo

El principal objetivo de una CST es caracterizar el turismo desde una perspectiva macroeconómica, utilizando los instrumentos y

<p>conceptos que proporciona la contabilidad nacional. El problema previo que plantea esa caracterización es que el turismo no puede definirse en los mismos términos que otros ámbitos o sectores <i>convencionales</i> de la realidad económica (como la industrias manufactureras, la construcción o los servicios). Porque el turismo no se identifica de manera directa ni por un tipo de productos ni por una tipología de unidades concretas de producción. En efecto, de acuerdo con la definición de las Naciones Unidas, el turismo se define como: «Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo</p>	<p>consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos».</p> <p>Es decir, que la esencia del turismo es el hecho de que las personas se desplazan, temporalmente, fuera de los lugares habituales de residencia o trabajo. Se convierten en <i>visitantes</i> del lugar de destino. El visitante es el sujeto del turismo como actividad económica y, desde la perspectiva de la CST, hay tres aspectos fundamentales de los visitantes que interesa destacar, porque marcan su comportamiento económico y los flujos de gastos que genera el turismo:</p> <p>1) <i>Pernoctación en el área visitada</i>. Los visitantes se clasifican</p>	<p>en: <i>turistas</i>, cuando pernoctan en el área visitada, y <i>excursionistas</i>, cuando no pernoctan.</p> <p>2) <i>Residencia del viajero y territorio visitado</i>. Los visitantes pueden ser residentes o no en el territorio al que viajan: combinando residencia y lugar de destino se obtienen unas tipologías esenciales para la descripción y medición del turismo (véase recuadro 1): turismo interno; turismo emisor, turismo receptor, etcétera.</p> <p>3) <i>Motivo del viaje</i>. Existen diferentes motivaciones en los viajes, que abarcarían desde los motivos de ocio y/o para conocer lugares distintos al habitual, visita a familiares... hasta motivos relacionados</p>
--	---	---

RECUADRO 1

FLUJOS DEL TURISMO SEGÚN RESIDENCIA DEL VIAJERO Y DESTINO DEL VIAJE

Los flujos de viajeros, que constituyen el sujeto del turismo, se suelen clasificar en las estadísticas y cuentas satélite del turismo con arreglo a distintos parámetros, de entre los cuales el más importante es la que vincula el territorio destino del viaje y el lugar de residencia del viajero, dando lugar a (esquema 1): turismo interno, referido a los residentes que viajan dentro del propio territorio económico; turismo emisor, referido a los residentes que se desplazan fuera del territorio económico; turismo receptor, relativo a los no-residentes que se desplazan al territorio económico de referencia.

Por agregación se obtendrían el turismo nacional, (el realizado por los residentes con independencia del territorio visitado) y el turismo interior (todo el que tiene como destino el territorio económico de la zona o país de referencia).

ESQUEMA 1

TIPOLOGÍAS DE TURISMO SEGÚN LA RESIDENCIA DEL VIAJERO Y EL TERRITORIO DESTINO DEL VIAJE

		Territorio destino del viaje		Total
		Territorio económico	Resto del mundo	
Residencia del viajero	Residentes	Turismo interno	Turismo emisor	Turismo nacional
	No residentes	Turismo receptor		
Total		Turismo interior		

CUADRO N.º 1

CUADROS QUE COMPONEN LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ESPAÑA

Bloques	Contenido
1) Cuadros generales	— Aportación del turismo al PIB (precios corrientes y precios constantes) — Saldo de los flujos turísticos con el resto del mundo (precios corrientes y precios constantes)
2) Cuadros de demanda turística	— Consumo turístico interior por productos y componentes. (precios corrientes y constantes) — Consumo turístico de las administraciones públicas: gasto individual y gasto colectivo — Formación bruta de capital fijo (de las ramas de actividad características)
3) Cuadros de oferta: ramas de actividad características (industria turística)	— Cuenta de producción — Desglose de la producción por productos — Detalle de los costes corrientes (consumos intermedios y primarios) — Empleo de las ratios de actividad características
4) Cuadros de contraste entre la oferta y la demanda	— Contraste oferta/demanda: ratios turísticas — Aportación del turismo a la economía: efectos directos y efectos totales
5) Otra información sobre la industria turística	— Distribución de las empresas por tamaño (número de asalariados) — Ratios comparativas por tamaño de empresa

con la actividad profesional, que es el importante flujo de los *viajes de negocios*.

2. Componentes de una CST: referencia a la CST de España

La CST se puede definir como una reordenación de datos y estructuras de las cuentas nacionales a partir de otras fuentes, con el objetivo básico de proporcionar una medición completa de la relevancia económica del turismo (a través de indicadores macroeconómicos básicos, como la aportación del turismo al PIB, al empleo, al equilibrio de la balanza de pagos) y las interrelaciones entre la estructura de la oferta y el consumo turístico.

De una manera más concreta, el cuadro n.º 1 recoge los componentes de la CST de España, muy similares a las tablas recomendadas por la metodología preponderante (CSTRM), publicada por las Naciones Unidas, aunque se han llevado a cabo reasignaciones y cambios de presentación de los datos, reagru-

pando las tablas en cinco grandes categorías:

1) *Indicadores agregados*. El primer bloque presenta datos agregados de la serie contable de la CST a lo largo del tiempo, permitiendo así un análisis dinámico del papel del turismo en la economía. Son en realidad cuadros derivados de la información que se recoge en detalle en otros cuadros.

2) *Datos de demanda*. El componente más relevante de la demanda es el *consumo turístico*, que abarca los gastos ligados a la realización de un viaje, desde los que realiza el propio viajero a título privado a los gastos asumidos por otras unidades; por ejemplo, una empresa que financia el viaje de trabajo de un empleado, o una Administración pública que proporciona viajes turísticos en concepto de transferencia en especie (1). La clasificación más importante del consumo turístico es la asociada con la de los flujos de viajeros según su residencia y el lugar donde se realiza el gasto (véase recuadro 1): consumo turístico interno, consumo turístico emisor, consumo turístico receptor...

Además del consumo turístico existen otros componentes de la demanda: gastos de las administraciones públicas relacionados con el turismo, pero que se incluyen dentro de la categoría de gastos colectivos (como por ejemplo, la promoción del turismo, los gastos en orientación y ayuda a los visitantes de un área, etc.); gastos de capital (inversiones en capital productivo —en el lenguaje de la contabilidad nacional, formación bruta de capital fijo—) por parte de las ramas de actividad suministradoras de bienes y servicios para el turismo y que, aunque repercutidos a lo largo del tiempo sobre los visitantes, tienen un impacto inmediato y evidente en la economía (2).

3) *Datos de oferta*. En el enfoque de análisis de la oferta turística se trata de reflejar las variables económicas básicas (producción, costes, FBCF, empleo...) de las industrias *características*: aquellas especializadas en los productos *característicos* o más representativos del turismo (alojamientos colectivos y privados, transporte de pasajeros, servicios de las agencias de viaje...). En el lenguaje contable,

las industrias características del turismo se denominan ramas de actividad características del turismo. En concreto, la parte de oferta de la CST de España contiene toda esa información (véase tabla 2 de la CST), pero estructurada de forma que se resalte su vinculación con las tablas de origen y de destino del marco *Input/Output* contable (SCN93/SEC95).

4) *Interrelación demanda/oferta*. La interrelación demanda/oferta es precisamente lo que permite obtener los macro-agregados del turismo (como la aportación al VAB o al PIB de la economía). En concreto, el bloque 4 de la CSTE presenta los resultados del contraste entre la oferta y la demanda turís-

tica, y la consiguiente obtención de agregados macroeconómicos tanto desde la perspectiva de la CSTRM como de la propuesta utilizada en la CST de España. Sin embargo, existen algunos problemas y conceptuales a la hora de relacionar esas dos perspectivas. Algunas clarificaciones se incluyen en el resumen del recuadro 2.

5) *Indicadores o ratios no monetarios y/o complementarios de las anteriores*. Este bloque 5 contiene información complementaria sobre aspectos no monetarios y/o adicionales al esquema contable central. De momento, en la CSTE, en esta sección se han incluido dos únicas tablas, a modo de ejemplo, aunque hay que se-

ñalar que éste es un tema *abierto*, ya que se pueden incluir muchas variables de carácter no monetario. Por otro lado, en el caso concreto de España este tipo de información está suficientemente cubierto por el sistema estadístico, por lo que es incluso cuestionable su incorporación en la Cuenta Satélite de Turismo de España.

III. EL TURISMO EN LA RECIENTE EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA A TRAVÉS DE LA CSTE

No por reiterado y casi tópico es menos evidente que el turismo ha venido jugando un papel esen-

RECUADRO 2

BREVE DIGRESIÓN SOBRE LA APORTACIÓN DEL TURISMO AL PIB

En principio, y de acuerdo con la definición de «turismo», el enfoque básico inicial en una CST es la perspectiva de demanda, y especialmente el gasto vinculado a los visitantes en un área (el consumo turístico interior). Por otra parte, la perspectiva de oferta se centra en la caracterización económica de las actividades características. Como indica el esquema 2, los dos enfoques comparten un área en común: los productos adquiridos por los visitantes y ofrecidos por las industrias características (el área doblemente rayada), pero tienen también ámbitos distintos (los visitantes puede consumir tanto productos característicos como no característicos, provenientes tanto de industrias turísticas como no turísticas; las industrias pueden vender su producción no sólo a turistas o visitantes, sino a otros tipos de agentes).

ESQUEMA 2

ENFOQUE DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA Y DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Productos ofrecidos a:	Actividades características		Otras actividades		
	Producción principal: productos característicos	Producción secundaria: otros productos	Producción principal: otros productos	Producción secundaria: productos característicos	
Visitantes					Enfoque de la demanda turística
No visitantes					
	Enfoque de la oferta turística				

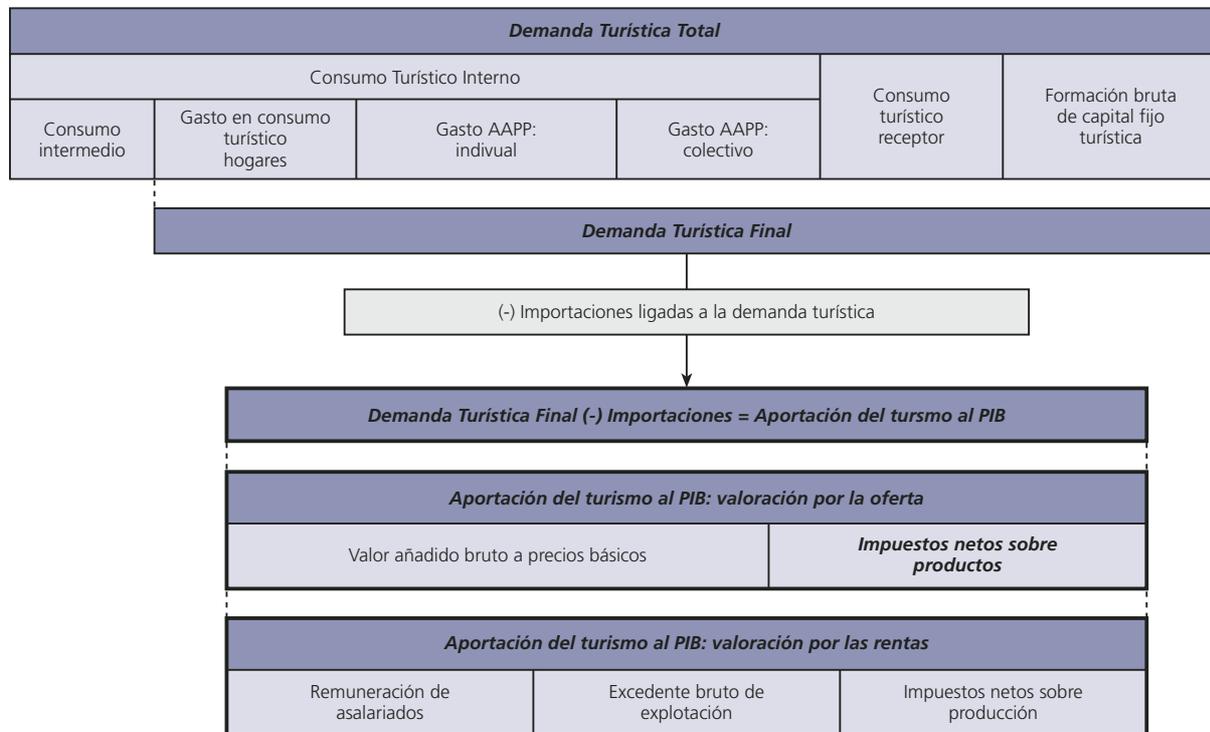
Fuente: CSTRM.

RECUADRO 2 (continuación)

BREVE DIGRESIÓN SOBRE LA APORTACIÓN DEL TURISMO AL PIB

Para construir un sistema contable completo, la CSTRM propone medir la aportación del turismo al PIB calculando primero la demanda turística e identificando en segundo lugar las industrias (características y no características) que abastecen esa demanda, para calcular posteriormente el VAB correspondiente a dicha producción (3). En la CST de España, junto a esta propuesta de la CSTRM (válida como una primera aproximación, sobre todo interesante para ver los efectos iniciales o directos del turismo en las industrias) se utiliza una medida más global de la verdadera aportación del turismo al PIB de una economía: la demanda final turística neta de importaciones (4) (esquema 3).

**ESQUEMA 3
LA APORTACIÓN DEL TURISMO AL PIB DE UNA ECONOMÍA BAJO UN ENFOQUE CONTABLE**

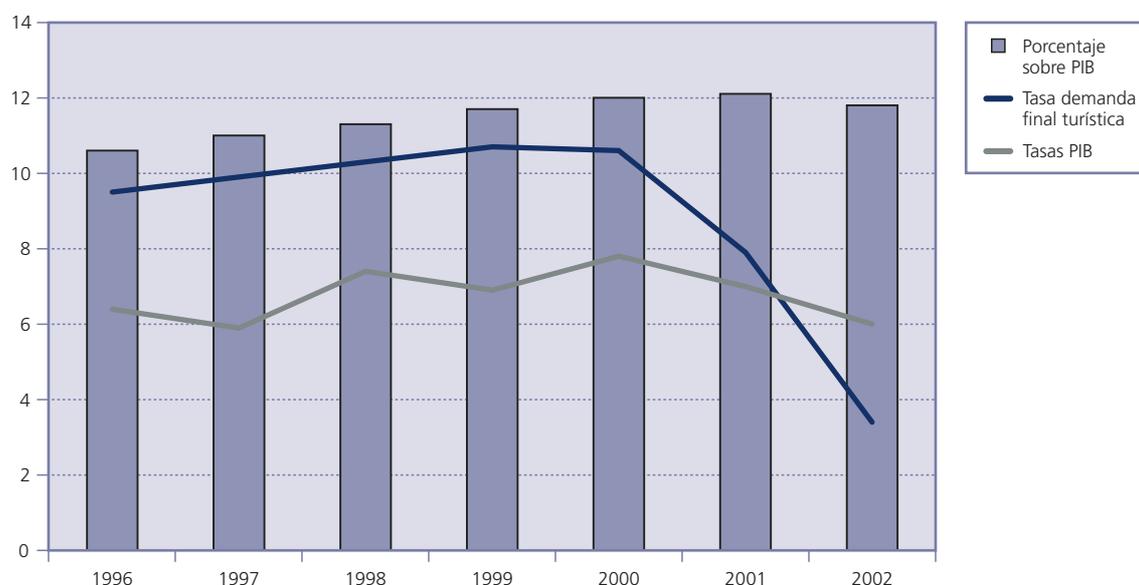


cial en la evolución de la economía española de las últimas décadas. Los resultados obtenidos en la CSTE (gráfico 1) avalan esa afirmación en el período para el que se dispone de datos (1995-2002): el turismo ha venido suponiendo anualmente más del 10 por 100 del PIB de España, alcanzando los valores más elevados en los años 2000 y 2001, en los que se superaron los 12 puntos porcentuales de participación en el PIB.

El año 2002 registra una cierta ralentización (con una ligera disminución del peso del turismo, que se sitúa en torno al 11,8 por 100 del PIB) especialmente por la recesión en el turismo receptor, afectado por distintos elementos de la esfera internacional (la crisis en los flujos turísticos internacionales iniciada tras los trágicos sucesos de Nueva York de septiembre de 2001, la recesión económica de algunos de los mercados emisores

de turismo hacia nuestro país, como Alemania)... Estos factores coyunturales se han visto además acompañados de otros aspectos que parecen revelar un cambio estructural de las corrientes turísticas hacia España: reducción de la estancia media, progresivo incremento del alojamiento privado..., y todo ello en un marco internacional en el que han surgido (o se han recuperado) destinos competidores de España. No obstante,

GRÁFICO 1
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA FINAL TURÍSTICA Y EL PIB DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA (1995-2002)
 Precios corrientes



Fuente: Elaboración a partir de datos de la CSTE (1999-2002, datos provisionales).

los datos parciales disponibles, todavía provisionales, de 2003 parecen indicar que la actividad turística ha recuperado, al menos en parte, la senda de crecimiento positivo del período anterior a 2001.

El análisis quedaría incompleto sin delimitar la parte del crecimiento que se debe a movimientos en los precios y a variaciones «reales» de la demanda turística. Precisamente, una de las ventajas de la CST es que, a partir de la delimitación por productos establecida, permite aproximarse al tan debatido tema de la aportación del turismo a la inflación de la economía.

Como se observa en el gráfico 2, los resultados de la CST parecen confirmar la influencia del turismo sobre el incremento de los precios en España: a lo largo del período 1995-2002 se ha mantenido un diferencial posi-

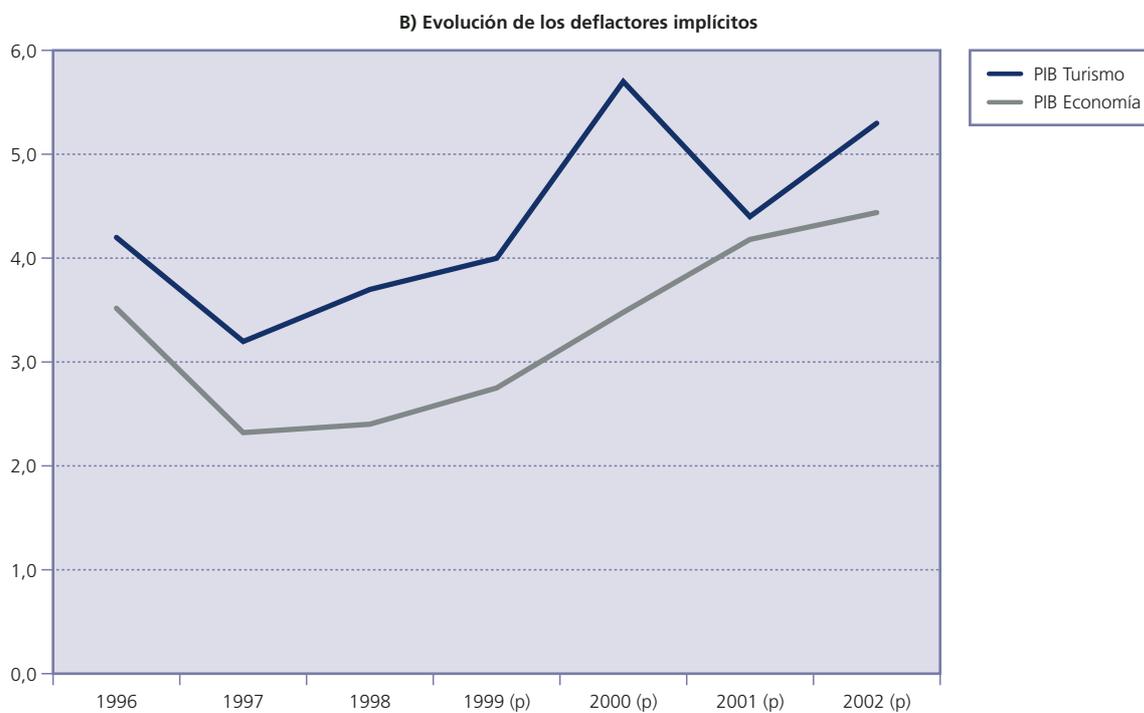
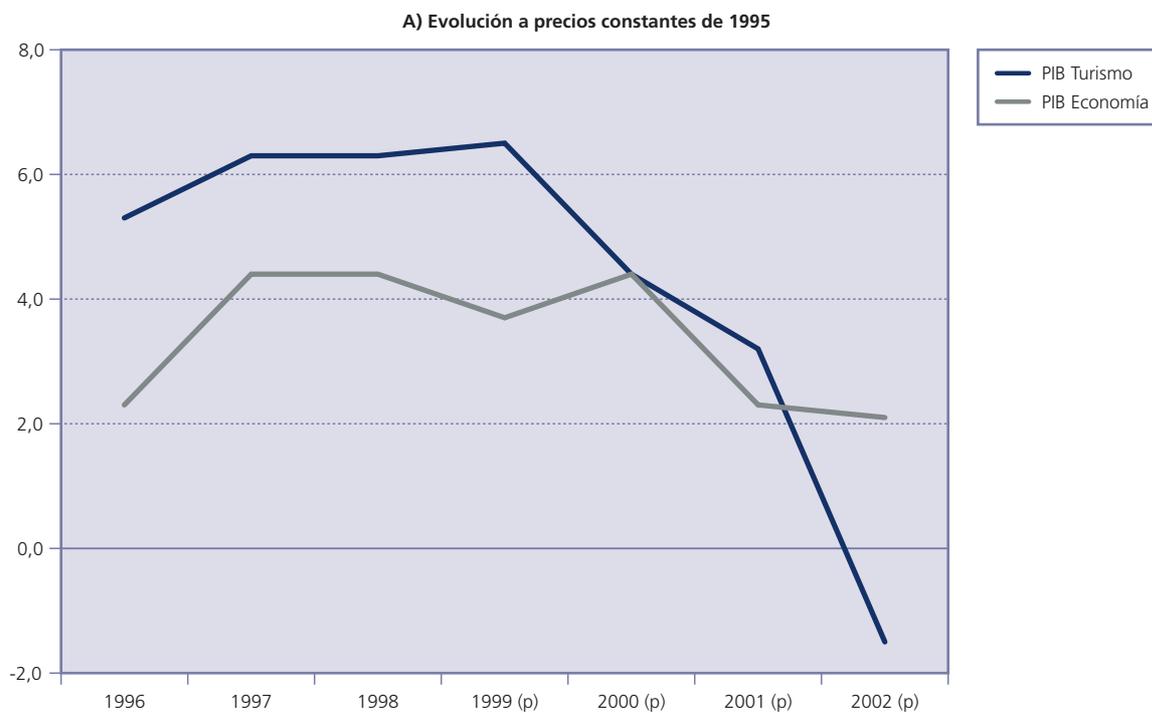
vo entre el deflactor del turismo y el del conjunto de la economía, diferencial que tendió a acortarse en el año 2001, pero para acen- tuarse de nuevo en el año 2002. La consecuencia lógica es que la aportación del turismo a la evolución de la economía española (a precios constantes de 1995 —gráfico 2a—) es, en términos reales, bastante más reducida que la sugerida por los datos a precios corrientes, haciéndose incluso negativa en el año 2002.

Sin pretender entrar aquí en un tema tan debatido y debatible, sí es conveniente recordar que el carácter inflacionista de las industrias básicas que abastecen la demanda turística reside (o al menos ha venido residiendo) en cierta medida en factores «estructurales»: el carácter intensivo en factor trabajo que lleva aparejada la atención al turismo, la presencia de estructuras empresaria-

les atomizadas en algunos de los sectores clave, la propia naturaleza de algunos de los servicios incluidos como característicos del turismo (5) (cafés y restaurantes)... A ello se ha unido el propio vaivén coyuntural, ya que la fuerza de la demanda turística hacia nuestro país en el período anterior a 2001 es la que facilitaba a los empresarios turísticos un margen relativamente amplio en la fijación de los precios.

No es menos cierto, sin embargo, que tanto por el cambio coyuntural tras la crisis de finales de 2001 como por otras razones estructurales, los datos disponibles de 2003 permiten hablar de una ralentización en ese carácter inflacionario del turismo. Sobre todo, porque los empresarios han debido hacer frente a la atonía de la demanda, mediante contención o crecimiento más moderado de sus precios.

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DEL TURISMO A PRECIOS CONSTANTES Y DEFLACTORES DEL TURISMO



Fuente: Elaboración a partir de datos de la CSTE (1999-2002, datos provisionales).

Por otra parte, algunas de las características que tradicionalmente favorecían ese carácter inflacionario de la actividad están modificándose de manera sustancial y rápida en los últimos años, por razones diversas: la irrupción de las nuevas tecnologías, fundamentalmente la extensión del uso de Internet como medio de información para consumidores (demanda), empresarios (oferta) y administraciones públicas (marco institucional), y también, en una medida creciente, como instrumento de «des-intermediación» en el turismo (al reducir la importancia del sector de agencias de viaje); el incremento de la competencia entre empresas y países como resultado de los factores anteriores y dentro de un contexto de globalización internacional de la actividad económica... Elementos que, al menos bajo la perspectiva de la inflación, y al margen de otras consideraciones, pueden tener un efecto positivo, ya que implican una mayor transparencia del mercado, contribuyendo a la reducción de precios.

ner un efecto positivo, ya que implican una mayor transparencia del mercado, contribuyendo a la reducción de precios.

IV. PARA UNA CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO Y SUS COMPONENTES EN ESPAÑA

1. Consumo turístico interno, receptor y emisor

Al analizar los componentes del turismo, tradicionalmente se ha venido considerando mucho más relevante el turismo receptor que el turismo interno. La CSTE matiza esta consideración en términos monetarios, ya que, en varios de los años estudiados (gráfico 3), eran más elevadas las cifras del turismo interior que del receptor. Ello está ligado en parte al ámbito más amplio de medición del turismo

que plantea la CSTE: por ejemplo, dentro de la demanda interior, la CSTE incluye estimaciones de gasto de las administraciones públicas (AA.PP.) y de la FBCF realizada por empresas turísticas, que no se atribuyen al componente de turismo receptor.

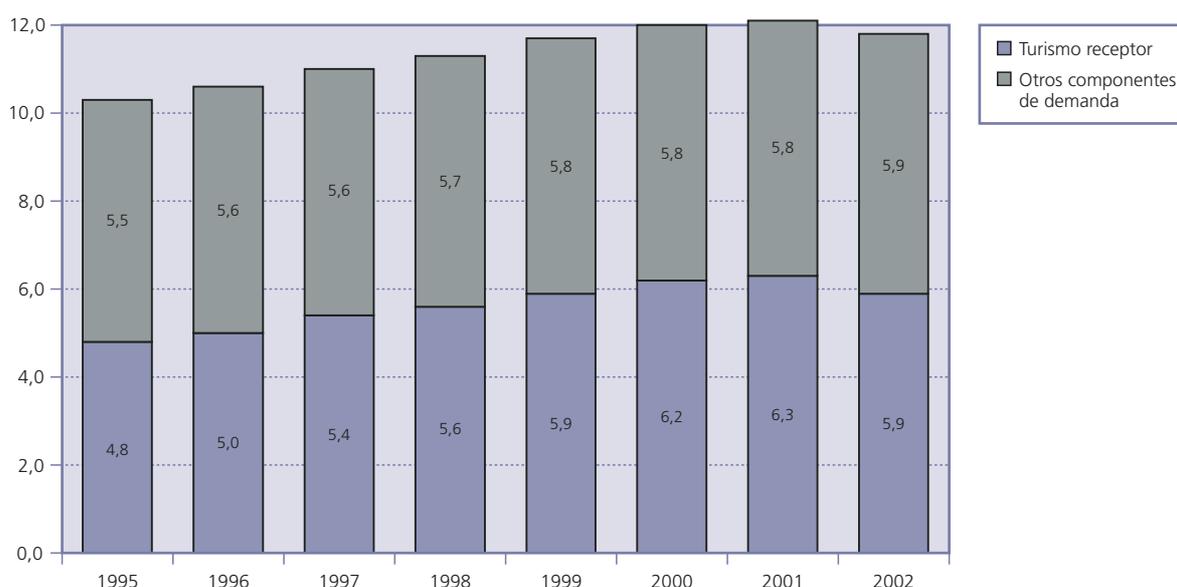
Pero, sin duda, la razón hay que buscarla en el peso del turismo que realizan los españoles en el propio territorio, que en el transcurso de los últimos años ha pasado a constituir un factor clave de la actividad, actuando además como elemento compensador de las eventuales crisis del turismo internacional. En el año 2003 (cifras provisionales de FAMILITUR) los españoles hicieron más de 125 millones de viajes vinculados al turismo dentro del territorio.

Por otra parte, los flujos de gasto interior turístico incluyen gastos de las familias españolas vincu-

GRÁFICO 3

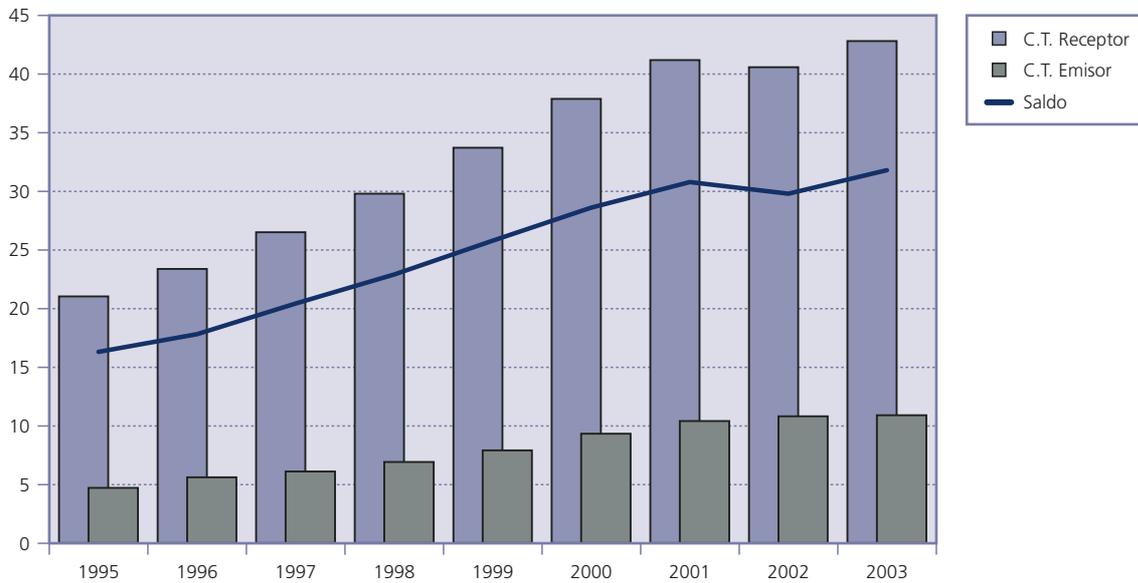
DEMANDA TURÍSTICA: TURISMO RECEPTOR Y OTROS COMPONENTES DE LA DEMANDA

Porcentaje sobre el PIB de la economía, a precios corrientes



Fuente: Elaboración propia a partir de la CSTE (1999-2002, datos provisionales).

GRÁFICO 4
EL TURISMO Y EL EQUILIBRIO DE LA BALANZA DE PAGOS



Fuente: Elaboración propia a partir de la CSTE (1999-2002) y la balanza de pagos del Banco de España (2003), datos provisionales.

lados a viajes al exterior, pero que están contribuyendo con su gasto al PIB de la propia economía, en la medida en que utilizan agencias de viaje o compañías de transporte españolas para sus desplazamientos (6). Puede indicarse a este respecto que los viajes al extranjero han venido suponiendo en los últimos años (según FAMILITUR) entre un 8 y un 9 por 100 del total de los viajes turísticos que realizan los españoles.

A pesar de las matizaciones anteriores, el turismo receptor continúa siendo elemento esencial de la actividad en España. En el año 2003 se estima que España recibió más de 80 millones de visitantes extranjeros (cifras provisionales de FRONTUR) que aportaron unos ingresos, según estimaciones avanzadas, de 42,7 millardos de euros, lo que equivale al 6,5 por 100 del PIB español. España se ha venido situando en los últimos años entre los tres primeros países del mun-

do por visitantes e ingresos dentro del turismo internacional.

El momento álgido del turismo receptor se alcanza entre los años 1999 y 2001, mostrando después una cierta tendencia a la baja, a partir de la ya mencionada crisis iniciada en el año 2001. Se puede mencionar además que esa circunstancia, coyuntural y excepcional, constituyó además en su momento el desencadenante de algunos problemas latentes en el muy competitivo entorno internacional de la actividad turística (oligopolio internacional en el sector mayorista de las agencias de viaje, singularidad del sector de transporte aéreo de pasajeros, cambios en las tendencias de la demanda turística...) y probablemente también de otros problemas estructurales específicos de la oferta turística española. Es decir, que la crisis del 11S, como en otras situaciones similares, vino a constituir, más que la causa, tal vez el detonante de

una serie de problemas que existían ya, aunque se encontraban latentes, en el turismo internacional.

Un rasgo esencial de los efectos del turismo receptor sobre la economía española es su papel equilibrador de los flujos exteriores, sirviendo como elemento de compensación de los déficit de la balanza comercial que caracterizan tradicionalmente a un país como España (gráfico 4). En 2003, aún siendo un año de atonía del turismo internacional, si se comparan los 42,7 millardos de euros ingresados por el turismo receptor con la cifra más moderada de los pagos vinculados al turismo emisor (el realizado por los españoles en el resto del mundo) que ascendían tan sólo a 10,9 millardos de euros, se obtiene un saldo positivo del turismo sobre la economía española de 31,8 millardos de euros, equivalente al 65 por 100 del déficit comercial (cifrado en -48,8 millardos de euros).

2. Excursionismo y turismo

Una subdivisión también importante a los efectos de analizar el impacto económico del turismo es la de excursionistas y turistas, a pesar de las dificultades estadísticas que plantea la medición de este tipo de flujos (7), y que hacen que se restrinjan a algunos datos muy aproximativos y únicamente del turismo receptor (8).

Las dos fuentes complementarias EGATUR/FRONTUR permiten obtener una primer idea en magnitud de los flujos de excursionistas, que resultan, como puede verse (cuadro n.º 2), minoritarios en comparación con los de turistas. Los excursionistas suponían en 2002 sólo un 33,4 por 100 de los viajes a España, porcentaje que se reduce hasta el 4,2 por 100 en términos de días. Sus repercusiones económicas son, sin embargo, más relevantes: el gasto medio por día de los excursionistas en 2002 era de 82,9 euros frente a una media de 57,7 euros de los turistas. Esto está relacionado, como a continuación se indica, con el motivo del viaje, que en el caso de los excursionistas es mayoritariamente el de realizar compras en España (corresponde en su mayoría a flujos de visitantes en zonas fronterizas, que acuden a los comercios españoles para adquirir productos).

3. El consumo turístico por motivos del viaje

El turismo es una realidad multidimensional, uno de cuyos aspectos viene constituido por los denominados segmentos del turismo, o categorías de visitantes, de acuerdo con el motivo principal del viaje. El cuadro n.º 3 permite tener una visión global de los motivos preponderantes en el año 2002 en los viajes turísticos con

CUADRO N.º 2

EXCURSIONISMO EN EL TURISMO RECEPTOR (2002)

	<i>Turistas</i>	<i>Excursionistas</i>	<i>Total</i>
Estructura (porcentual) de los flujos:			
Viajeros.....	66,6	33,4	100,0
Días	95,8	4,2	100,0
Gasto medio en euros:			
Por viajero.....	770,8	82,9	540,8
Por día	67,7	82,9	68,4

Fuente: Elaboración propia a partir de la CSTE y EGATUR (datos provisionales).

destino en España, tanto de las corrientes de flujos recibidas del exterior hacia nuestro país como de los españoles en sus desplazamientos turísticos.

Antes de comentar los datos, conviene señalar que las categorías recogidas en el cuadro n.º 3 no son exhaustivas, en parte porque no existe una clasificación única de motivos. Por ejemplo, en muchos análisis e informes se habla de «turismo de ciudad» como un segmento específico que estaría identificado por el hecho de que el lugar visitado y/o donde es pernocta es un núcleo urbano; pero esta sería una categoría transversal a las del motivo del viaje, y sobre todo tendría una fuerte interrelación con categorías como el turismo de tipo cultural o deportivo... Por otra parte, algunas de las categorías permiten subdivisiones que son en ocasiones relevantes a los efectos económicos. Por ejemplo, los viajes de negocios engloban alguna subdivisión, a veces resaltada de manera específica: el denominado «turismo de congresos y/o ferias profesionales», diferente en su actuación económica del resto de los viajes profesionales incluidos dentro del turismo.

Pasando al análisis de los datos del cuadro n.º 3, en el caso del turismo receptor hacia España el

predominio del motivo ocio/vacaciones es evidente, con cerca de un 67 por 100 de los visitantes y más del 62 por 100 en las pernoctaciones. En el excursionismo, en cambio, el motivo vacaciones ocupa el segundo lugar, dado que la razón fundamental de los desplazamientos es, como ya se ha indicado, la adquisición de productos en España.

A continuación se sitúan: los viajes de negocios, que constituyen el segundo motivo en los turistas (con el 15,7 por 100 de los viajeros y el 16,0 por 100 de las pernoctaciones) y el tercero en los excursionistas (el 8,5 por 100 de los viajeros); las visitas a familiares o amigos, de especial relevancia en los turistas, con el 13,5 por 100 de los viajeros y el 11,7 por 100 de las pernoctaciones, y, con porcentajes ya más reducidos, se puede mencionar motivos como los de estudios, religiosos, salud...

Cuando se analizan los motivos de viaje en el turismo de los españoles, es preciso sin embargo introducir en la clasificación un segmento crucial en los flujos turísticos internos: los viajes de corta duración a segunda residencia, que suponen un 64,75 (cifras de 2002) del total de los viajes. Es un fenómeno de importancia continuamente creciente, que tiene que ver con los niveles de desarrollo

CUADRO N.º 3

LOS SEGMENTOS DEL TURISMO (2002): DISTRIBUCIÓN (PORCENTUAL) POR MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

	TURISMO RECEPTOR: DISTRIBUCIÓN (PORCENTAJE) DE LOS VIAJEROS		TURISMO DE LOS ESPAÑOLES: DISTRIBUCIÓN (PORCENTAJE) DE LOS VIAJES		
	Turistas	Excursionistas	Turismo interno	Turismo emisor	Total españoles
Viajes turísticos:					
Ocio, recreo, vacaciones.....	66,9	20,6	63,0	67,3	63,4
Negocios	15,7	8,5	5,0	10,5	5,5
Visita familia o amigos	13,5	2,0	23,9	14,5	23,1
Estudios.....	1,1	0,3	3,4	3,0	3,4
Compras, servicios personales.....	0,4	66,7	(a)	(a)	(a)
Tratamientos de salud voluntarios	0,1	0,9	2,7	2,0	2,6
Motivos religiosos	0,3	0,1	0,9	1,8	1,0
Otros (b).....	2,0	0,9	1,1	0,9	1,1
Total.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total viajes:					
Corta duración a 2.ª residencia			66,7	3,2	64,7
Viajes turísticos			33,3	96,8	35,3
Total.....			100,0	100,0	100,0

(a) Incluido en otros.

(b) Incluye no sabe/no recuerda.

Fuente: Elaboración propia a partir de EGATUR y FAMILITUR (datos provisionales).

económico alcanzados en España y el carácter de las viviendas como núcleo básico de la riqueza de las familias, y que ha coadyuvado a la posesión de una segunda vivienda que se utiliza en fin de semana y/o períodos vacacionales de duración reducida.

En los viajes propiamente turísticos, la distribución por motivos es similar a la del turismo receptor, de nuevo con una presencia abrumadora de viajes de ocio y vacaciones, que suponen el 63,4 por 100 de los viajes de los españoles, seguido de las visitas a familiares y amigos, que alcanza aquí, por razones obvias, una mayor intensidad que en el turismo receptor, y que suponen el 23,1 por 100 de los viajes turísticos de los españoles.

Pasando ahora desde un análisis de flujos a un análisis monetario, el gráfico 5 ofrece los datos de gasto medio correspondientes a cada uno de los motivos princi-

pales del viaje en el turismo receptor. En cuanto a las cifras de gasto medio diario, es de nuevo el segmento mayoritario de turismo de ocio y vacaciones el que marca los promedios, por encima de los cuales se sitúan segmentos como el de salud y, especialmente, compras, que presenta un gasto medio de 107,6 euros por visitante y día. El turismo de negocios se sitúa en tercer lugar, con medias inferiores a la de gastos diarios por vacaciones. Por su importancia se analiza posteriormente este colectivo (epígrafe 4).

No obstante, los efectos del turismo receptor sobre la economía de destino de los flujos de visitantes pueden quedar mitigados por varios aspectos. El turismo puede no beneficiar o hacerlo de manera poco relevante al área. Ello se debe a dos tipos de elementos interrelacionados:

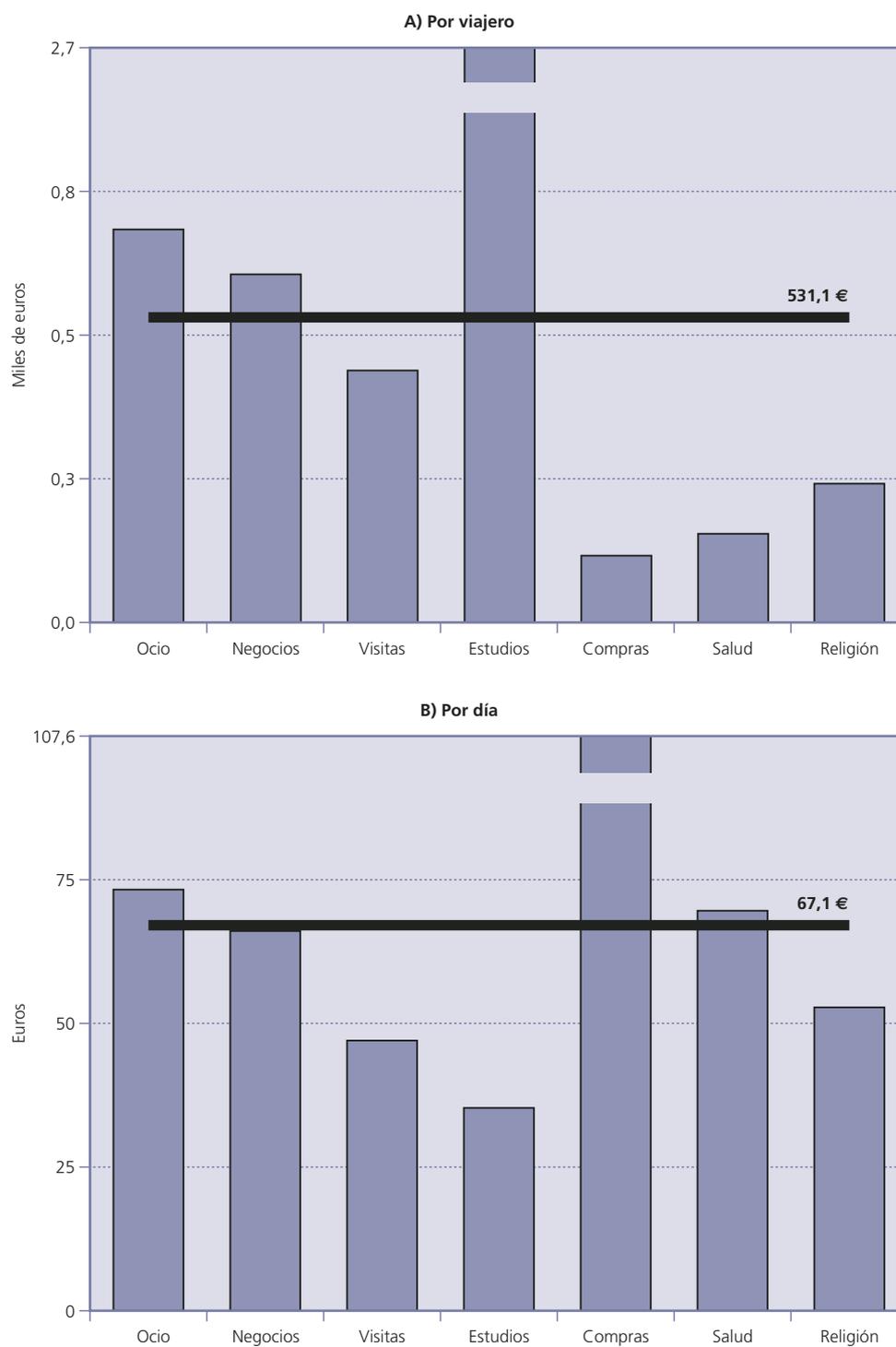
— Por un lado, el que una parte de los gastos de viaje se reali-

za previamente en el lugar de origen del viajero, situación que alcanza su nivel extremo cuando se viaja con una fórmula de paquete turístico que se ha pagado en el lugar de origen del viaje.

— Por otro, la limitación ligada a que la propiedad de empresas ubicadas en un área correspondiente a residentes en otras áreas distintas. La presencia de grandes conglomerados transnacionales que captan, por ejemplo, una buena parte de los gastos de intermediación. Eso implicaría que aunque los gastos son realizados por los viajeros en los lugares de destino, se traducirían finalmente en rentas que serían exportadas a otras zonas.

El segundo de estos aspectos no puede, lamentablemente, ser analizado con los elementos actuales de la CST (y por tanto es un tema de interés a incluir en versiones futuras de la misma). Sobre el primero se remite al lector

GRÁFICO 5
GASTO MEDIO DEL TURISMO RECEPTOR A ESPAÑA, SEGÚN MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE (2002)



Fuente: Elaboración propia a partir de la CSTE y EGATUR (datos provisionales).

a lo incluido en Cañada (2004), donde se analiza, a través de datos de EGATUR, que casi la mitad de los gastos realizados por los visitantes internacionales a España en el año 2002 se realizaban en el país de origen, correspondiendo un 31 por 100 a gasto de paquete turístico y el resto a otros tipos de consumo, prevaleciendo los gastos en transporte. Aunque, obviamente, una parte de esos gastos en origen finalmente reverterán a España, no cabe duda de que la magnitud de las cifras invita a una reflexión de carácter general sobre la necesidad de la industria y la administración turística españolas de potenciar su presencia en los ámbitos internacionales de la oferta turística.

4. El turismo de negocios

El turismo de negocios ha venido constituyendo uno de los segmentos más importantes de los flujos turísticos, debido a dos características básicas que lo hacían cliente prioritario de las empresas turísticas: en una parte de esta demanda, se daban unos gastos medios por día más elevados que los de otras categorías turísticas, y —aunque esto en cuantía mucho más variable y sometido a fuertes vaivenes coyunturales— la posibilidad de constituir un flujo de clientes que se puede fidelizar, asegurando una continuidad en el tiempo. Adicionalmente, el turismo de negocios ha contribuido en determinadas zonas a paliar el problema de la fuerte estacionalidad que caracteriza a la actividad, completando la demanda en los períodos «valle».

Todas estas razones han llevado incluso al surgimiento de empresas especializadas en ese tipo de turismo, desde agencias de viaje a compañías hoteleras, pasando por fórmulas que revelan has-

ta qué punto este segmento ha venido siendo relevante para la industria turística, como la oferta orientada al viajero de negocios de las compañías aéreas.

En la reciente fase de evolución del turismo, que simbólicamente se asocia con ese dramático inicio en septiembre de 2001, puede decirse que el turismo de negocios no ha escapado a la crisis, siendo de hecho, en determinados mercados, el segmento más afectado. Y ello porque, como en otras ocasiones, el 11S vino a constituir, como ya se ha señalado, no el origen, sino más bien el detonante, de una serie de problemas larvados en el turismo internacional. El resultado es que, como reacción a una elevación inicial de determinados costes (los de transporte) y en un marco de mayor competitividad internacional impuesta por la globalización económica, las empresas han reducido sus gastos de viaje en dos vías complementarias: la reducción de la estancia media y la reducción de los gastos medios viajero/día.

Desde un punto de vista macroeconómico, el turismo de negocios debe estimarse a partir de dos subcategorías de operaciones: el turismo de negocios interior, que equivale al consumo intermedio turístico, más la parte correspondiente a las estimaciones de remuneración en especie que aparecerían incluidas en el gasto en consumo final de los hogares (9), y el turismo de negocios receptor, cuya estimación no aparece de forma explícita en el sistema contable de la CST, por lo que hay que completarlo con fuentes auxiliares, en este caso, EGATUR (con los condicionantes que plantea la todavía forzosa provisionalidad de esta fuente).

Según las estimaciones de la CSTE, el turismo de negocios su-

CUADRO N.º 4

IMPORTANCIA RELATIVA DEL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA DEMANDA TURÍSTICA GLOBAL (2000)

	<i>Porcentaje demanda asociada a los viajes de negocios sobre total de demanda turística</i>
Alojamiento.....	22,3
Restauración.....	15,1
Transporte.....	34,1
Agencia de viajes....	56,1
Otros.....	7,9
Total.....	21,3

Fuente: Elaboración a partir de la CSTE (año 2000) y EGATUR (año 2002, datos provisionales).

ponía el 21,3 por 100 del valor total de la demanda turística en España en el año 2000 (cuadro número 4). Su impacto resultaba especialmente relevante en la demanda de agencias de viaje, donde supone el 56,1 por 100 del valor total de la demanda turística, y en la de transporte, con un porcentaje del 34,1 por 100 del valor de la demanda turística. También es importante el aspecto de la demanda de alojamiento, que supone un 22,3 por 100 de la demanda, si se consideran conjuntamente tanto alojamientos colectivos como privados; pero, en este caso, si la comparación se hace con alojamientos hoteleros, el porcentaje se situaría en torno al 30 por 100 de la demanda turística.

Para completar el análisis del impacto del turismo de negocios, se ha procedido a realizar una diferenciación según la duración de la estancia utilizando el valor modal de pernoctaciones iguales o inferiores a cuatro noches. Los datos, además de servir para depurar posibles problemas estadísticos (10), revelan la existencia de un subgrupo, dentro de los viajeros de negocios, caracterizado por es-

tancias prolongadas y que puede estar teniendo cierta incidencia en determinadas actividades productivas o proyectos específicos desarrollados en España. Por ejemplo, empleados de empresas multinacionales se desplazan en períodos relativamente prolongados (varias semanas o incluso meses) a otros países para supervisión de proyectos, procedimientos de control y auditoría o incluso cursos de formación en la empresa.

Como se observa en el gráfico 6, las diferencias en gastos por viajero y por día son muy marcadas. En el primer caso, los gastos por viajero, el dato para los de larga duración resulta como es lógico muy elevado (1.435,5 euros). Sin embargo, como en anteriores comparaciones, son los datos de gasto por día los que verdaderamente resultan claves para analizar el impacto de este tipo de tu-

rismo. El segmento de negocios de corta duración presenta unos gastos por día de 202,4 euros, cinco veces los del sector de larga duración y tres veces la media de todos los motivos turísticos.

5. Elementos de la oferta: Algunos rasgos de la industria turística española

Se incluyen aquí algunos rasgos básicos de la industria turística. Evidentemente, como en otros apartados, no se trata de realizar un análisis en profundidad, sino tan sólo de extraer, a título de ejemplo, parte de la información contenida en la CSTE. Para simplificar el análisis y resaltar algunos rasgos esenciales de la industria turística, se han seleccionado los ratios representativas (cuadro número 5) de las tres principales actividades turísticas (hoteles y simi-

lares, restauración y agencias de viaje), remitiendo al lector para el detalle a la propia Cuenta Satélite de Turismo de España.

Por otra parte, las comparaciones se realizan con el resto de las actividades de servicios de mercado, lo que resulta más revelador que si se hubieran tomado todas las actividades económicas (industria, construcción...) con rasgos estructurales y empresariales muy diferentes).

Los datos de la CSTE, que parten de los de la *Encuesta de servicios* del INE, permiten precisar que, más que la atomización en cuanto a una preponderancia de empresas pequeñas (rasgo que, como puede verse en el cuadro número 5, no es privativo de las actividades turísticas), el problema de la industria turística es un problema de baja rentabilidad y

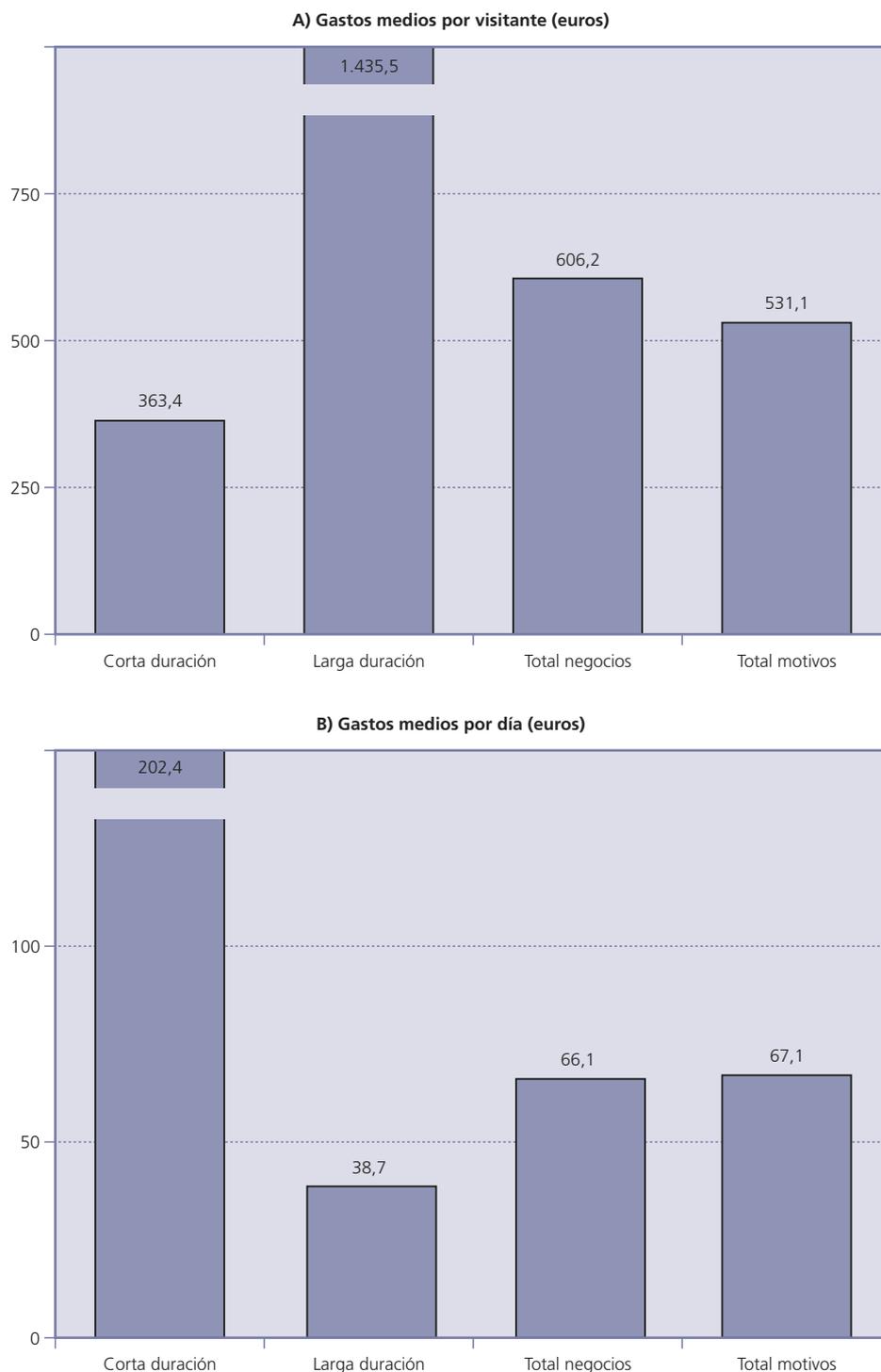
CUADRO N.º 5

INDUSTRIA TURÍSTICA: RATIOS COMPARATIVAS POR TAMAÑO DE EMPRESA (AÑO 2001)

	NÚMERO DE TRABAJADORES					Total
	Menos de 2	De 2 a 4	De 5 a 19	De 20 a 99	Más de 99	
Distribución (porcentual) de las empresas por tamaño:						
Hoteles y similares	35,1	27,1	25,1	10,4	2,2	100,0
Restauración.....	46,7	39,4	12,7	1,1	0,1	100,0
Agencias de viaje.....	46,0	35,1	14,9	3,2	0,7	100,0
Sub-total.....	45,9	38,5	13,6	1,7	0,2	100,0
Otros servicios de mercado.....	66,2	23,8	8,2	1,5	0,3	100,0
Distribución (porcentual) del volumen de negocio por tamaño:						
Hoteles y similares	1,2	4,0	15,6	32,4	46,7	100,0
Restauración.....	14,7	29,8	32,8	12,1	10,5	100,0
Agencias de viaje.....	1,4	6,3	13,4	18,4	60,4	100,0
Sub-total.....	8,5	18,3	24,4	18,5	30,2	100,0
Otros servicios de mercado.....	13,5	12,7	19,3	16,2	38,3	100,0
Volumen de negocio/empresa (miles de euros):						
Hoteles y similares	25,8	111,5	467,4	2.355,7	15.732,8	752,8
Restauración.....	36,6	87,8	298,4	1.328,4	13.576,6	116,1
Agencias de viaje.....	55,6	319,1	1.611,2	10.178,4	157.435,2	1.787,6
Sub-total.....	36,6	93,9	353,1	2.128,4	25.120,8	197,2
Otros servicios de mercado.....	67,7	176,6	780,6	3.578,6	41.811,7	332,1

Fuente: Elaboración propia a partir de la CSTE, basada en la *Encuesta de servicios* del INE.

GRÁFICO 6
EL TURISMO (RECEPTOR) DE NEGOCIOS SEGÚN LA DURACIÓN DE LA ESTANCIA (2002)



Fuente: Elaboración a partir de EGATUR (datos provisionales) y la CSTE.

reducidos márgenes de explotación, sobre todo en esas empresas de tamaño reducido: El volumen de negocio por empresa en los estratos de menor tamaño, hasta 19 trabajadores, es aproximadamente la mitad que en el resto de los servicios de mercado; por ejemplo, es de 36,6 miles de euros para las empresas turísticas de menos de dos trabajadores, frente a los 67,7 miles de euros del resto de las actividades.

Las reducidas ratios son, sin embargo, explicadas por los dos sectores mayoritarios de restaurantes, que presentan los valores más reducidos, y de los hoteles, con cifras mejores que las de los restaurantes pero situadas, en cualquier caso, por debajo de la media general. Por el contrario, el sector de agencias de viaje ofrece resultados medios muy por encima de los niveles generales de los servicios, con la única excepción del estrato de menos de dos trabajadores.

Como elemento que, de alguna forma, resume la integración oferta/demanda, el cuadro n.º 6 presenta los índices de especialización turística en la economía española, tanto por productos,

como, en su vertiente más relevante, por industrias.

En este caso, los índices globales por productos e industrias características ofrecen el mismo resultado, con un valor del 30,5 por 100. En la comparación debe sin embargo tenerse en cuenta que no se incluyen algunas «industrias» características cuya delimitación resulta debatible y problemática desde un punto de vista empírico (11). Por lo general, y como es obvio, los índices de especialización turística por productos son más elevados que por industrias, dados, por un lado, el papel predominante de las actividades características en el producto concreto y, por otro, la existencia de producciones secundarias no turísticas en dichas actividades. Se remite el lector al esquema 2 (recuadro 2) para un mayor detalle metodológico.

V. ASPECTOS REGIONALES DE LA CST DE ESPAÑA

La CSTE se ha planteado desde sus inicios con una dimensión regional. La justificación obvia reside en las enormes disparidades existentes dentro del territorio de

España en cuanto a la intensidad y características del turismo. El turismo es un fenómeno económico que se presenta de forma desigual en el territorio de un país, en la medida en que son también dispares las dotaciones de recursos necesarios para el desarrollo de la actividad. Los factores climáticos y geográficos son, en el caso español, determinantes, dada la especialización en el turismo vacacional de «sol y playa». Sobre la base de estos recursos se superpone entonces una infraestructura de dotaciones para acoger a los turistas, cuyo elemento más característico es el de la oferta de alojamientos tanto privados como colectivos.

Sin embargo, no se dispone de forma completa y definitiva de las fuentes necesarias para obtener una estimación completa e integrada de la oferta y la demanda turística por comunidades autónomas (CC.AA.). Entre otros aspectos, hay que mencionar: la próxima revisión de la estimación del consumo receptor en el marco de la Contabilidad Nacional de España y la balanza de pagos, y la estimación del alojamiento privado turístico, a partir de un proyecto específico de explotación del

CUADRO N.º 6

INDICADORES DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA: RATIOS TURÍSTICAS POR PRODUCTOS Y POR ACTIVIDADES (1998)

<i>Productos</i>	<i>Ratio</i>	<i>Actividades</i>	<i>Ratio</i>
Hoteles y similares.....	98,1	Hoteles y similares	94,9
Servicios de alquiler inmobiliario	11,4	Actividades de alquiler inmobiliario.....	11,8
Restaurantes y similares	31,7	Restaurantes y similares	30,4
Transporte de pasajeros	68,4	Transporte de pasajeros	62,9
Servicios de agencias de viajes	100,0	Agencias de viaje.....	99,9
Servicios anexos al transporte	19,4	Anexos al transporte.....	19,5
Alquiler de automóviles	56,1	Alquiler de automóviles	55,5
Servicios culturales, recreativos y deportivos	11,2	Actividades culturales, recreativas y deportivas.....	8,1
Servicios turísticos no mercado AA.PP.	100,0	—
Total productos característicos.....	30,5	Total ratio actividades características	30,5
Total productos no característicos.....	1,3	Total ratio actividades no características	1,3
Total	6,2	Total	6,2

Fuente: Elaboración propia a partir de la CSTE.

censo de viviendas, actualmente en marcha. A pesar de estas limitaciones, estos primeros resultados regionales de la CSTE pueden ser un elemento útil de referencia para los implicados en el análisis y desarrollo de la industria turística española, contribuyendo al necesario debate sobre aspectos metodológicos todavía no cerrados en la regionalización de la CST, en los cuales el intercambio de ideas con los analistas y estudiosos es una vía imprescindible para avanzar en el futuro.

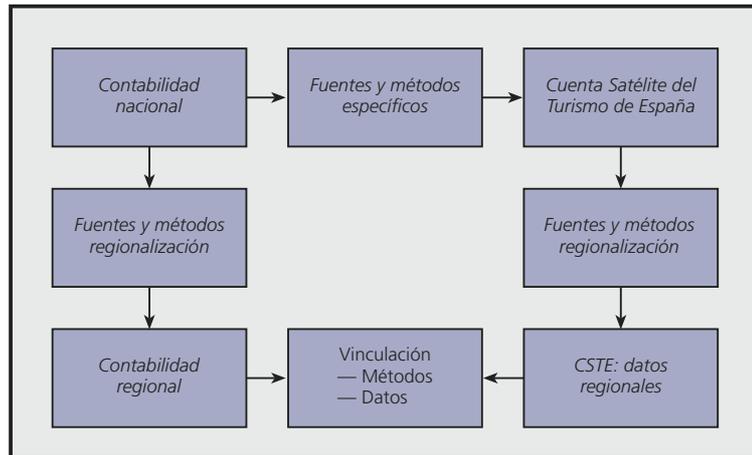
Antes de plantear los resultados, se comentan a continuación brevemente algunos rasgos metodológicos del proceso de regionalización de la Cuenta Satélite de Turismo de España (12).

1. Regionalización de la CSTE: algunas consideraciones metodológicas

A la hora de plantear el tema de la dimensión regional de la CSTE, el primer rasgo que es preciso destacar es que se ha abordado bajo un planteamiento de regionalización de las variables para el conjunto de España: es decir, se parte de los elementos de la CST para el total de España estimados previamente y, mediante un conjunto de procedimientos e indicadores, se distribuyen territorialmente las variables entre las comunidades autónomas. Es decir, las estimaciones regionales de la CSTE siguen un planteamiento similar al de la Contabilidad Regional de España (CRE) (esquema 4).

La parte derecha e izquierda del esquema 4 son similares: a la izquierda se presenta la Contabilidad Regional de España como un subsistema derivado de la Contabilidad Nacional, un subsistema en el que se distribuyen territorialmente los resultados de la cuen-

ESQUEMA 4
REGIONALIZACIÓN DE LA CSTE: VINCULACIONES ENTRE LA CONTABILIDAD NACIONAL, LA CONTABILIDAD REGIONAL Y LA CUENTA SATÉLITE



Fuente: Cañada (2002a).

tas nacionales para caracterizar la economía de las distintas regiones. Es lo que se conoce por sistemas de «arriba hacia abajo», alternativa a los sistemas de «abajo hacia arriba».

En la parte derecha, las estimaciones regionales de la CSTE podrían seguir un planteamiento similar: Se trataría de llevar a cabo la distribución de las variables de la CST entre las distintas comunidades autónomas, a partir de datos e indicadores regionales.

En segundo lugar, y como se ha señalado en otros trabajos (véase Cañada, 2002a, y Cañada, 2002b), el objetivo final, a alcanzar a medio plazo es la obtención de una matriz de flujos origen/destino del gasto turístico.

En efecto, uno de los indudables puntos de interés en la regionalización de una CST es la comparación de las diferentes regiones en cuanto a su comportamiento turístico: si las regiones son

«exportadoras» o «importadoras» netas de turismo. Para obtener este resultado, sería preciso contar con una matriz de flujos de gasto en consumo turístico definida por regiones de residencia del visitante, como la representada en el esquema 5.

Las casillas de la diagonal principal en la parte de las regiones representarían los flujos intra regionales, y el resto, los flujos interregionales de gasto vinculado a viajes turísticos. Se añaden los gastos de no residentes en el territorio y de residentes en el exterior (resto del mundo) lo que permitiría llegar a una aportación neta del turismo por región y para el conjunto del territorio económico. De una manera muy simple, se puede decir que el gasto en consumo turístico de los hogares residentes en el territorio se podría descomponer en dos partes: el que se realiza dentro del territorio de la propia región (intra regional) y el que se realiza en otras regiones (interregional).

ESQUEMA 5
MATRIZ DE FLUJOS REGIONALES DE GASTO POR «TURISMO»

		Área de realización del gasto					
		Región 1	Región 2	Región N	Resto del Mundo	
Área de origen de los flujos	Región 1						Total gasto por región de origen
	Región 2						
						
	Región N						
	Resto del Mundo						
		Total gasto por región de destino					

Este tipo de planteamientos constituye una de las aportaciones de una regionalización de la CST: por lo general, cuando las regiones realizan estimaciones de la aportación del turismo a su economía, suelen centrarse en los flujos que han recibido del resto, en tanto que sus flujos emisores son objeto de atención secundaria (en parte, por los problemas estadísticos). En definitiva, este tipo de matrices puede servir para dar una mayor precisión a las estimaciones de la CST tanto por regiones como para el conjunto nacional.

2. Primera aproximación a la aportación del turismo en el ámbito regional

2.1. Indicadores de oferta y demanda a nivel espacial: la concentración espacial del turismo

El gráfico 7 recoge, por medio de seis mapas, algunos indicadores básicos de la concentración espacial del turismo en España, tanto desde una perspectiva de oferta como de demanda.

Dentro de los indicadores de oferta, el primero, y seguramente

el más consistente, casi el tópico, corresponde a las ya mencionadas encuestas de alojamientos turísticos colectivos. El mapa 7a refleja, a título de ejemplo, uno de estos indicadores: el correspondiente a las plazas hoteleras. Para resaltar aún más la conocida concentración espacial de estos elementos de oferta, se ha representado un indicador de densidad de plazas por km². Se ha utilizado la unidad provincial, con lo que las diferencias quedan mucho más marcadas. El mapa pone de manifiesto la desigual concentración de los recursos turísticos (equipamiento hotelero y similares) en el espacio peninsular. Existe un enorme diferencial entre las regiones especializadas en turismo del litoral español y los archipiélagos, y el resto. Fuera de estos ámbitos, y como una especie de «isla» en el interior peninsular, aparece la Comunidad Autónoma de Madrid, por su papel en el turismo de negocios.

El segundo mapa (7b) corresponde a los datos de alojamiento privado. En él se han representado las viviendas secundarias por provincias, a partir del *Censo de viviendas* de 2001, en relación con la superficie, lo que permite cap-

tar una parte de la fortísima dinámica del mercado de la vivienda secundaria en España. La concentración mayor se da, con la excepción de la zona central de Madrid, en el litoral mediterráneo y los dos archipiélagos. El nivel más alto se alcanza en Alicante. El caso de Cataluña es, como se sabe, un caso singular, porque en ella se combinan simultáneamente su carácter de destino turístico relevante para el resto de España y los flujos internacionales, con un turismo intrarregional también significativo, ligado a su elevado nivel de renta.

Un segundo tipo de mapas trata de ilustrar acerca de las posibilidades de obtención de estimaciones de la demanda a partir de los datos de la oferta. Como un elemento de la referencia de este tipo de aproximaciones se proporcionan datos de las agencias de viaje y la distribución del *output* en el territorio económico (mapa 7c). Se repite la misma concentración previamente observada, pero con una consideración importante: la concentración notable en esas regiones donde el turismo emisor es más alto, como es el caso de las comunidades autónomas de Madrid y Cataluña.

GRÁFICO 7

INDICADORES DE DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICAS

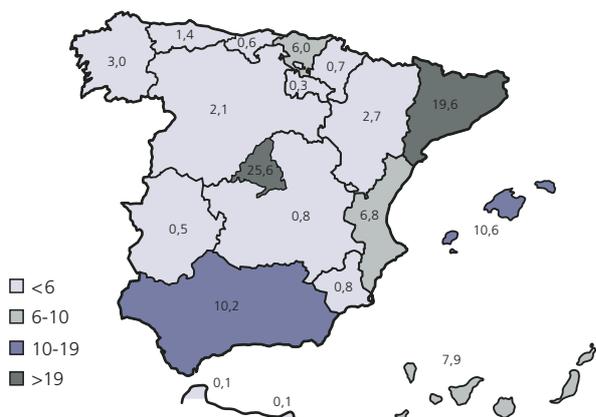
7a) Plazas hoteleras por km² de superficie, datos por provincias (2001).



7b) Viviendas secundarias por km² de superficie, datos por provincias (2001).



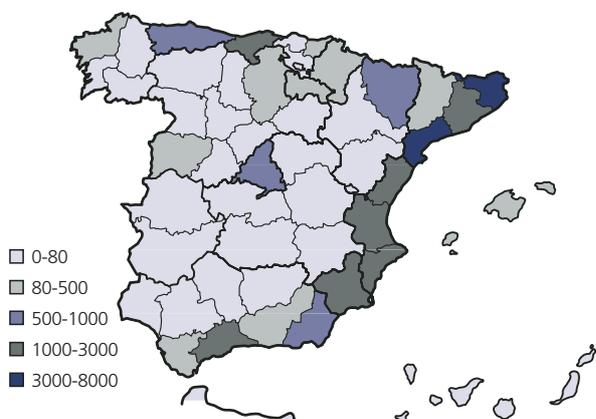
7c) Distribución (porcentaje) de la producción de las agencias de viaje (2001).



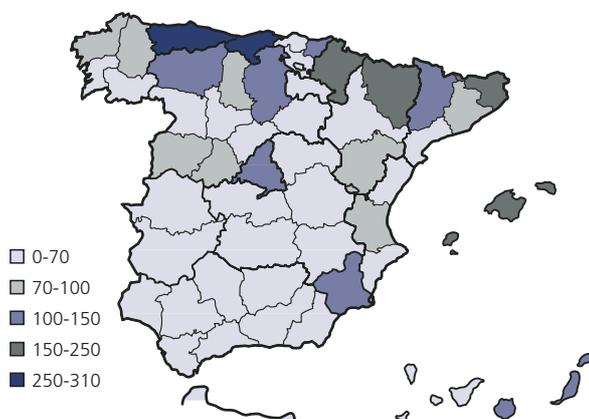
7d) Pernoctaciones en alojamientos hoteleros, datos por provincias (2001), por km² de superficie.



7e) Pernoctaciones (miles) en *camping*, datos por provincias (2001).



7f) Pernoctaciones (miles) en turismo rural, datos por provincias (2001).



Fuente: Elaboración a partir de datos del INE: EOAT y Censo de Población.

Esto implica un efecto positivo en su PIB turístico regional en la medida en que las agencias de viaje localizadas en estas regiones tienen que proporcionar sus servicios a viajeros residentes para sus desplazamientos fuera de la región.

Podrían hacerse comentarios similares sobre una parte significativa de los servicios de transporte y otros productos que son principalmente adquiridos en la región de origen de los visitantes.

El resto de los mapas presentan distintos indicadores de demanda, partiendo de nuevo de los datos de los alojamientos turísticos del INE. Tanto los datos de pernoctaciones en hoteles (7d) como en *camping* (7e) tienden a reforzar los rasgos de concentración y desequilibrio espacial característicos de la actividad turística preponderante (vacaciones de sol y playa) en España.

Se presenta un último mapa (7f), dedicado al turismo rural,

con una finalidad claramente diferenciada del resto de los indicadores: constituye un ejemplo de las nuevas formas de turismo, adaptadas a una demanda también nueva, que huye de las alternativas convencionales de sol y playa para requerir unas características cualitativas radicalmente opuestas. Las ventajas de este segmento turístico son evidentes: aprovechamiento de zonas menos desarrolladas o en declive, complementariedad de las rentas del sector agrario, menor estacionalidad que el turismo de playa... De hecho, esos aspectos positivos se manifiestan en una distribución espacial que resalta zonas de la España interior y de las regiones del Norte, que pasan así a ocupar un papel emergente en el turismo.

2.2. Interrelaciones oferta-demanda

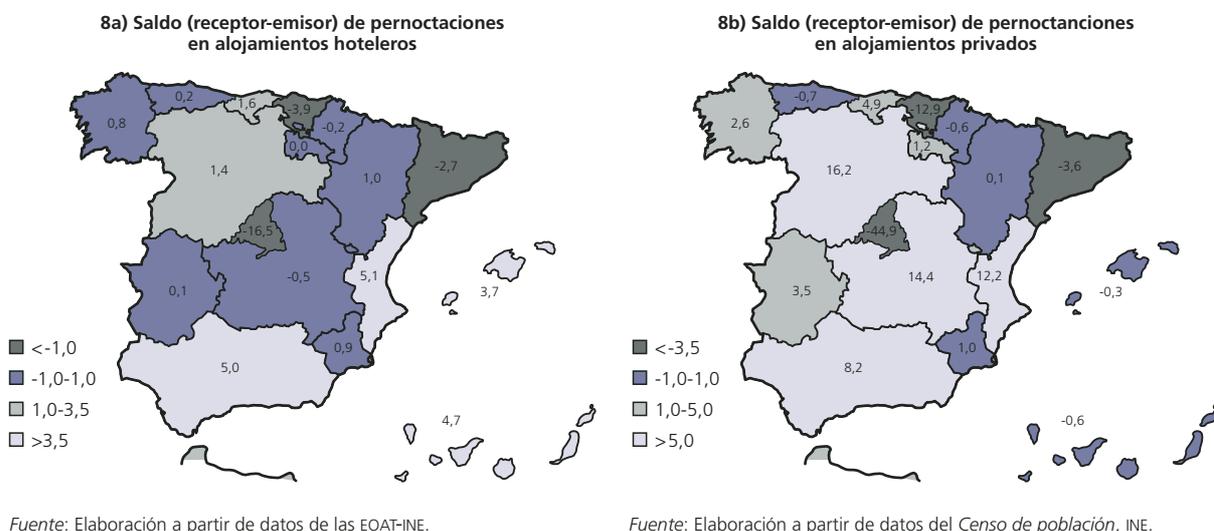
Como se expresaba anteriormente, hay dos tipos de aproximaciones, complementarias, al

tema de las interrelaciones: los saldos interregionales y la aportación del turismo al PIB. Aquí, en línea similar con la del apartado anterior, se utilizan algunos ejemplos gráficos para ilustrar el primero de estos aspectos: En primer lugar, una evaluación de los saldos en términos físicos, tomando como referencia los datos de los alojamientos turísticos colectivos del INE (hoteles, apartamentos turísticos, campamentos y alojamientos de turismo rural); en segundo lugar, los datos del *Censo de población* de 2001.

En el gráfico 8 se representan los flujos interregionales de turismo interno; esto es, en qué medida unas regiones son exportadoras netas de turismo y otras son importadoras netas. Para ello se utilizan, como primera vía de aproximación, los saldos de pernoctaciones (recibidos menos emitidos) por regiones. Evidentemente, son flujos físicos, tomados aquí como representativos de los equivalentes en unidades monetarias.

GRÁFICO 8

SALDOS INTERREGIONALES DEL TURISMO: ALGUNOS INDICADORES FÍSICOS (2001)



En el caso de los alojamientos colectivos, aparecen entre las regiones con los saldos más elevados las Islas Canarias y las Islas Baleares, así como algunas de las regiones del litoral mediterráneo (Comunidad Valenciana, Andalucía y Murcia), resaltando el papel de estas regiones como receptoras o exportadoras de turismo. En el otro extremo, las regiones con un saldo negativo son fundamentalmente tres: Madrid, Cataluña y el País Vasco. Es particularmente notable el caso de la región de Madrid: aunque es la cuarta región exportadora de turismo, el enorme flujo de pernoctaciones de residentes de Madrid en las otras regiones la convierten, de lejos, en la región más importadora de servicios de turismo del resto del territorio español. Así, aunque recibe del resto de España una cifra de visitantes nada despreciable, que alcanza en términos de pernoctaciones 7,2 millones, los 23,7 millones de pernoctaciones de los madrileños en el exterior de la región arrojan un saldo neto de -16,5 lo que representa casi el 14 por 100 del total de pernoctaciones en alojamientos hoteleros de los españoles en el territorio. Es decir, que la Comunidad de Madrid es, a través del turismo interior, un verdadero foco dinamizador del resto de España, en especial en aquellas regiones de destino preferente de los madrileños: Andalucía, la Comunidad Valenciana, las Islas Canarias...

El mapa 8b representa los saldos inter-regionales de pernoctaciones en residencias secundarias provenientes del *Censo de población y viviendas* (2001) de INE, que proporciona datos de las viviendas secundarias por región de residencia de los propietarios y región de ubicación de las viviendas, así como la utilización (pernoctaciones) de estas residencias secundarias. Hay algunos rasgos

coincidentes con el mapa 8a, particularmente la coincidencia sobre las tres regiones con saldos más negativos (Madrid, Cataluña y el País Vasco). No obstante, hay que destacar aquí el papel de Madrid como una región importadora de este tipo de servicios, especialmente de las regiones colindantes de la España interior como Castilla y León, Castilla-La Mancha y Extremadura. Esta irradiación de flujos de turismo de Madrid compensa en estas regiones su más baja dotación de servicios de alojamiento colectivos. Así, el uso de segunda residencia tiene un efecto significativo en la distribución de flujos de turismo totales entre las regiones, siendo un elemento de reequilibrio territorial de la renta.

Por otro lado, la concentración notable de segundas residencias en regiones como Andalucía y Comunidad Valenciana, combinada con su elevada oferta de alojamientos colectivos, sitúa a estas dos regiones entre aquellas con un peso comparativo más alto de la actividad de turismo.

Un aspecto de interés es evaluar estos datos del turismo desde una perspectiva más amplia, que sería la de las tendencias de desarrollo espacial que se han venido dando en España en las últimas décadas. Bajo esta óptica, algunas de las cifras anteriores vendrían a situar al turismo como un factor coadyuvante de la configuración de los centros de gravedad territoriales, ya que una parte de los flujos turísticos se mueven, como se ha dicho, dentro del esquema predominante de desarrollo espacial, es decir desde el Norte y Centro de España hacia las regiones del Este y Sureste.

Pero, paralelamente, casos como los mencionados de las regiones interiores y del Norte fa-

vorecidos por el efecto demandante de Madrid indican que existen notables excepciones en esas tendencias; o, expresado de otra forma, que el turismo de hecho actúa como elemento que contrarresta en parte la polarización regional y que contribuye a la redistribución de renta a favor de regiones no incluidas en los ejes básicos de desarrollo económico.

Por ello, y más bajo esa atonía del mercado exterior, vuelve a ponerse de manifiesto la necesidad de resaltar las potencialidades del mercado interior español. Este desarrollo puede ir de la mano de los cambios en las preferencias de los consumidores. No por repetido y tópico es menos cierto que comienzan a percibirse un agotamiento de las formas convencionales de turismo y la búsqueda de alternativas diferentes —por ejemplo, hacia segmentos turísticos como los que representa el turismo rural— que, aunque todavía con un peso reducido en el conjunto de la oferta española, empiezan a manifestar una importancia creciente y significativa en algunas comunidades autónomas.

No obstante, es preciso señalar que los gráficos y análisis precedentes constituyen una primera aproximación a los flujos turísticos interregionales que debe completarse en el futuro mediante la inclusión de otras variables y componentes del turismo, como la oferta de alojamientos privados (viviendas en alquiler propiedad de particulares), de difícil detección y medición estadística, pero que está siendo abordada ya en estos momentos por el Instituto Nacional de Estadística.

VI. COMENTARIO FINAL

En este trabajo se describe la Cuenta Satélite del Turismo ela-

borada por el INE; en primer lugar, mediante un breve resumen de la metodología y contenido de la misma, y posteriormente, utilizando los datos hasta ahora disponibles (1995-2002) para mostrar sus potencialidades como instrumento para caracterizar la economía del turismo, especialmente desde una perspectiva macroeconómica.

Según los resultados de la CSTE, el turismo aparece como uno de los elementos básicos en el proceso de evolución de la economía española. La evolución más reciente, especialmente a partir de 2001, ha sido menos dinámica, en lo que algunos analistas y expertos del propio sector interpretan como un reflejo no sólo de aspectos más o menos coyunturales, sino de la crisis en determinados rasgos estructurales de la actividad turística española. El modelo de explotación convencional, basado en el turismo de sol y playa, aunque pieza esencial del entramado turístico español, parece mostrar signos de debilitamiento, que requerirán de nuevos esfuerzos para la industria y la administración turísticas, tales como la necesaria renovación tecnológica y empresarial, imprescindible además para acomodarse a un marco de mayor transparencia y competitividad internacional.

No obstante, los indicadores hasta ahora disponibles de lo acaecido en 2003 parecen revelar una recuperación de la demanda turística, aunque cada vez más vinculada al turismo realizado por los propios españoles.

En el estudio se incluye una primera aproximación al estudio de las diferencias territoriales existentes dentro del territorio español. Estas estimaciones regionales que ahora se presentan deben verse, sin embargo, como un primer

paso en el proceso de regionalización integral que se culminará en un próximo futuro, cuando los temas estadísticos y también algunas cuestiones metodológicas estén plenamente completados.

NOTAS

(1) Por ejemplo, en el caso de España, las administraciones públicas financian los gastos de viajes turísticos de determinados colectivos (pensionistas).

(2) Aunque se incluyen en la CSTE, existen problemas para delimitar la formación bruta de capital fijo (FBCF) vinculada al turismo. El autor ha participado en un grupo creado en el seno del Comité de Análisis Macroeconómico de la OMT destinado al análisis de la FBCF en la CST. Una referencia al debate y una visión alternativa a la adoptada en la CSTE se pueden ver en HOLZ-EAKIN (2001).

(3) Bien mediante fuentes de información, bien mediante la utilización de hipótesis indirectas. Véase INE (2002).

(4) Sin entrar aquí en el detalle sobre este tema (véase CAÑADA, 2002b, c y d), se puede recalcar que, así como la demanda intermedia por definición no genera PIB (o en todo caso podría generar «PIB negativo», en la medida en que una parte de la demanda fuera importada), cualquier unidad de demanda final (correctamente medida: neta de importaciones e incluyendo los impuestos netos sobre los productos generados por al misma) es, por definición, parte del PIB. Debe señalarse que esta medida utilizada por España ha sido, tras un trabajo de difusión de los responsables de la CSTE, adoptada por Eurostat, que la incluirá en la próxima revisión de la metodología europea de CST. En la bibliografía se pueden consultar algunos trabajos del autor sobre este tema.

(5) Puede decirse que presentan estructuras que, con todas las matizaciones y salvedades conceptuales correspondientes, se aproximarían a un esquema de «competencia monopolística»; por ejemplo, en un bar o restaurante el producto está diferenciado (con independencia de otros aspectos objetivos cualitativos) por el tipo de servicio que se ofrece al cliente, permitiendo que existan de hecho diferencias de precio, incluso entre establecimientos próximos y con tipología de productos similar. Lo mismo puede aplicarse, aunque de forma más matizada, a los alojamientos hoteleros.

(6) También hay que introducir en el análisis una limitación estadística de la propia CSTE (heredada de la Contabilidad Nacional de España), y es que, hasta el momento, la parte del alquiler imputado correspondiente a las viviendas de uso turístico aparece asignada exclusivamente al turismo interno, dada la carencia de fuentes para realizar una diferen-

ciación de la parte correspondiente a no residentes. Este aspecto se va a modificar en el futuro mediante un proyecto específico, actualmente en marcha. Véase el anexo 2.

(7) Conocer la realidad estadística de los excursionistas es incluso más difícil que la de los turistas, dado que no es posible utilizar elementos de tipo «registral» como base de la información; por ejemplo, y como caso más obvio, no es posible utilizar datos de flujos de viajeros en alojamientos colectivos que es, en España y en la mayoría de los países, una de las fuentes básicas de estimación del turismo.

(8) Para el turismo interior, las fuentes que proporcionan datos sobre flujos de excursionistas por motivos presentan resultados dispares, lo que de momento condiciona esta diferenciación en la CSTE. Es una tarea que se abordará en un próximo futuro.

(9) Fundamentalmente, los gastos en mantenimiento de los empleados, que se incluyen en la Contabilidad Nacional y Cuenta Satélite como gasto en consumo de los hogares. Véase INE (2002).

(10) Aunque, teóricamente, los procedimientos de explotación de la estadística EGATUR están diseñados para evitar este tipo de problemas, no cabe descartar el hecho de que se está dando, en gran medida, dentro de los que tienen los viajes de negocios como «motivo principal», la combinación del motivo negocios con otras finalidades del viaje. Esta combinación de motivos no afecta lógicamente sólo al viajero de negocios, aunque probablemente es uno de los segmentos en los que puede incidir de manera más significativa. Por ejemplo, porque las tarifas reducidas obligan a permanecer un tiempo adicional en el lugar de destino (usualmente, en fin de semana).

(11) Por ejemplo, para el producto característico «servicios turísticos de las AA.PP.» no pueden identificarse en todos los casos las unidades de actividad económica local específicas. Véase INE (2002).

(12) Un aspecto que queda fuera del alcance de este trabajo es el de las implicaciones estadísticas y metodológicas del gasto en viajes de negocios (en la parte del consumo intermedio turístico) cuando se desciende a una perspectiva regional. Véase CAÑADA (2002b).

BIBLIOGRAFÍA

- CAÑADA, A. (2002a), «El turismo interior en España y su dimensión espacial: las regiones como exportadoras e importadoras de turismo interior», *Cuadernos de Información Económica*, n.º 169, julio-agosto.
- (2002b), «Spain's TSA: Methodological considerations regarding the regionalization of transactions and other accounting elements», incluido en: WTO (2002), *Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism*, vol.2, WTO, Madrid.

<p>— (2002c), «La Cuenta Satélite del Turismo de España: Objetivos, aspectos metodológicos y primeras estimaciones (1996-1999)», <i>Información Comercial Española, Revista de Economía</i>, 798, marzo.</p> <p>— (2002d), «Propuesta para la definición del PIB asociado al turismo en la Cuenta Satélite del Turismo», <i>Documento presentado a la reunión del Grupo de Trabajo de Cuentas Nacionales</i>, Eurostat, Luxemburgo, noviembre.</p>	<p>— (2004), «La Cuenta Satélite del Turismo de España: Algunos indicadores básicos para el análisis del turismo», <i>Mediterráneo Económico</i>, n.º 5, Cajamar.</p> <p>EUROSTAT (2002), <i>Manual europeo de implantación de la Cuenta Satélite de Turismo</i>, Oficina de publicaciones de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.</p> <p>HOLZ-EAKIN, D. (2001), «Capital in a Tourism Satellite Account», <i>Tourism Economics</i>, n.º 7.</p>	<p>INE (2002), <i>La Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología</i>, Instituto Nacional de Estadística.</p> <p>— (2003), <i>La Cuenta Satélite del Turismo de España. Serie contable 1995-2002</i>, Instituto Nacional de Estadística.</p> <p>NACIONES UNIDAS (2000), <i>Cuenta Satélite del Turismo: Referencias metodológicas comunes</i>, Nueva York.</p>
--	--	--

ANEXO 1

SELECCIÓN DE TABLAS DE RESULTADOS DE LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ESPAÑA

CUADRO N.º A.1

LA MAGNITUD ECONÓMICA DEL TURISMO: APORTACIÓN DEL TURISMO (*) AL PIB DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

	1995	1996	1997	1998	1999 (P)	2000 (P)	2001 (P)	2002(P)
PRECIOS CORRIENTES								
Miles de millones de euros:								
Turismo receptor	21,0	23,4	26,5	29,8	33,7	37,9	41,2	40,6
Otros componentes.....	24,1	26,0	27,8	30,1	32,6	35,4	37,9	41,2
Total.....	45,1	49,4	54,3	59,9	66,3	73,3	79,1	81,8
Porcentaje sobre el PIB:								
Turismo receptor	4,8	5,0	5,4	5,6	5,9	6,2	6,3	5,9
Otros componentes.....	5,5	5,6	5,6	5,7	5,8	5,8	5,8	5,9
Total.....	10,3	10,6	11,0	11,3	11,7	12,0	12,1	11,8
PRECIOS CONSTANTES DE 1995								
Miles de millones de euros:								
Turismo receptor	21,0	22,5	24,7	26,9	29,3	31,2	32,3	30,5
Otros componentes.....	24,1	25,0	25,8	26,8	27,9	28,5	29,3	30,2
Total.....	45,1	47,5	50,5	53,7	57,2	59,7	61,6	60,7
Porcentaje sobre el PIB:								
Turismo receptor	4,8	5,0	5,3	5,5	5,8	5,9	6,0	5,5
Otros componentes.....	5,5	5,6	5,5	5,5	5,5	5,4	5,4	5,5
Total.....	10,3	10,6	10,8	11,0	11,3	11,3	11,4	11,0

(*) Demanda final turística neta de importaciones.

(P): Estimación provisional.

Fuente: INE, CSTE, serie 1995-2002.

ANEXO 1 (continuación)

SELECCIÓN DE TABLAS DE RESULTADOS DE LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ESPAÑA

CUADRO N.º A.2

EL CONSUMO TURÍSTICO POR OPERACIONES Y PRODUCTOS (MILES DE EUROS). AÑO 2000 (CIFRAS PROVISIONALES)

Productos	Consumo turístico receptor	Consumo turístico hogares	Consumo turístico intermedio	Gasto en consumo turístico de las AA.PP.	Total consumo turístico interior
Servicios de alojamiento	8.464,0	7.456,4	2.502,0	32,9	18.455,3
Hoteles y similares	6.681,6	2.472,5	2.502,0	32,9	11.689,0
Servicios de alquiler inmobiliario	1.782,4	4.983,9	0,0	0,0	6.766,3
Restaurantes y similares.....	11.838,0	8.557,0	435,8	2,1	20.832,9
Transporte de pasajeros.....	4.152,9	3.431,5	3.930,7	442,4	11.957,5
Carretera	343,7	818,6	704,5	215,9	2.082,7
Ferrocarril	386,0	986,5	343,3	33,4	1.749,2
Marítimo	72,3	179,5	54,2	29,9	335,9
Aéreo	3.350,9	1.446,9	2.828,7	163,2	7.789,7
Servicios de agencias de viajes.....	330,0	1.478,0	2.328,0	54,4	4.190,4
Servicios anexos al transporte.....	1.940,7	156,1	330,5	0,0	2.427,3
Alquiler de vehículos	324,2	173,6	201,1	0,0	698,9
Servicios culturales, recreativos y deportivos	896,1	866,9	0,0	439,1	2.202,1
De mercado.....	865,7	853,9	0,0	0,0	1.719,6
De no mercado.....	30,4	13,0	0,0	439,1	482,5
Servicios turísticos no mercado de las AA.PP.....				354,9	354,9
Total productos característicos	27.945,9	22.119,5	9.728,1	1.325,8	61.119,3
Bienes	4.279,8	2.179,0	0,0	0,0	6.458,8
Márgenes de distribución de bienes	2.623,8	978,0	0,0	0,0	3.601,8
Otros productos	1.799,0	1.380,0	99,6	0,0	3.278,6
Total productos no característicos	8.702,6	4.537,0	99,6	0,0	13.339,2
Total a pr. básicos	36.648,5	26.656,5	9.827,7	1.325,8	74.458,5

Fuente: INE, CSTE, serie 1995-2002.

CUADRO N.º A.3

EL CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR Y EMISOR. EVOLUCIÓN EN EL PERÍODO 1995-2003 (MILES DE EUROS)

Millones euros	1995	1996	1997	1998	1999 (P)	2000 (P)	2001 (P)	2002 (P)	2003 (P)
Millones euros:									
1. Consumo turístico receptor	21.009,2	23.422,9	26.455,2	29.792,5	33.709,0	37.851,6	41.223,3	40.597,1	42.689,0
2. Consumo turístico emisor.....	4.711,0	5.571,0	6.144,0	6.885,0	7.948,0	9.301,0	10.384,0	10.750,0	10.889,0
3 = 1-2. Saldo.....	16.298,2	17.851,9	20.311,2	22.907,5	25.761,0	28.550,6	30.839,3	29.847,1	31.800,0
Porcentaje sobre el PIB:									
1. Consumo turístico receptor	4,8	5,0	5,4	5,6	6,0	6,2	6,3	5,9	5,7
2. Consumo turístico emisor.....	1,1	1,2	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,5	1,5
3 = 1-2. Saldo.....	3,7	3,8	4,1	4,3	4,6	4,7	4,7	4,3	4,3
4. Saldo de intercambios exteriores de bienes y servicios (sin incluir el turismo) Millones de euros.....	-17.209,0	-15.925,0	-15.841,0	-23.190,0	-33.590,0	-43.001,0	-42.634,0	-44.667,0	-48.834,0
3/4 Saldo turístico/Saldo b. Y s. (porcentaje).....	94,7	112,1	128,2	98,8	76,7	66,4	72,3	66,8	65,1

ANEXO 2

NOTA SOBRE LAS PRINCIPALES FUENTES ESTADÍSTICAS VINCULADAS A LA ELABORACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE ESPAÑA (CSTE)

En el cuadro n.º A.4 se resumen las principales fuentes utilizadas en la CSTE. Desde una perspectiva de demanda, el proyecto principal vinculado a la CSTE es EGATUR, operación realizada conjuntamente por tres instituciones INE, IET y Banco de España. Se utiliza para la medición del consumo del turismo receptor (no residentes que visitan España) y emisor (residentes españoles que viajan fuera del territorio). Es una operación en fronteras que se realiza en los puestos fronterizos principales: carretera (Portugal, Francia) y aeropuertos. Las preguntas abarcan la mayor parte de los elementos necesarios para caracterizar estos flujos: características generales del viaje y el viajero (motivos del viaje, nacionalidad, frecuencia de las visitas, duración de la estancia, tipo de alojamiento); cuantía de los gastos realizados por el viajero en el país de origen; gastos en destino, diferenciando los principales productos; forma de organización del viaje; medios de pago utilizados en el viaje, etcétera.

Un segundo grupo de innovaciones estadísticas es el referente a los módulos de gastos de viaje de las empresas. Para cubrir este campo, se han introducido en las encuestas económicas del INE (*Encuesta industrial de empresas*, *Encuesta de servicios*) y de otros organismos (*Encuesta de la estructura de la construcción*, del Ministerio de Fomento) unos módulos y preguntas específicos destinados a medir los gastos de las empresas en viajes de negocios. Los módulos miden el gasto total y sus componentes básicos (transporte, alojamiento, restauración).

También hay que resaltar la información proporcionada por la *Encuesta de presupuestos familiares* del INE, que a partir del año 1998 diferencia, para una gran parte de los epígrafes de gasto contemplados en esta encuesta (funciones de la clasificación COICOP), el territorio en el cual se ha realizado dicho gasto.

Desde una perspectiva de oferta, hay que mencionar las nuevas encuestas sobre actividades turísticas realizadas por la Subdirección de Servicios del INE, y especialmente la *Encuesta de agencias de viaje* y el módulo específico sobre paquetes turísticos, junto las fuentes ya tradicionales (encuestas de ocupación de establecimientos hoteleros y similares) y las estadísticas económicas sobre los principales sectores de actividad turística: restaurantes, hoteles, agencias de viaje, alquiler de automóviles ... Además, se da la circunstancia, favorable a la elaboración de la CSTE, de que su puesta en marcha ha coincidido con el proceso de ampliación y mejora de las estadísticas de servicios del INE, que a partir del año 2000 investigan, prácticamente con carácter exhaustivo, todas las actividades.

Este proceso de puesta en marcha de estadísticas no puede sin embargo darse por finalizado porque existen todavía lagunas y campos a investigar que serán abordados en un futuro. Por ejemplo, puede mencionarse la disponibilidad, en un inmediato futuro, de una revisión de las mediciones del alojamiento turístico privado a partir de datos de los censos de población y vivienda del INE para el año 2001 y otras fuentes complementarias, dentro de un proyecto iniciado por la Subdirección General de Servicios del INE con la colaboración de otros departamentos e instituciones públicas.

ANEXO 2 (continuación)

NOTA SOBRE LAS PRINCIPALES FUENTES ESTADÍSTICAS VINCULADAS A LA ELABORACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO DE ESPAÑA (CSTE)

CUADRO N.º A.4

PRINCIPALES PROYECTOS ESTADÍSTICOS VINCULADOS A LA ELABORACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE ESPAÑA

<i>Denominación</i>	<i>Objetivos y características</i>	<i>Organismo</i>
DEMANDA:		
Encuesta de gasto turístico (EGATUR)	Estimación del gasto de los visitantes no residentes, turistas y excursionistas. Estimación del gasto de los españoles en sus salidas al extranjero	INE-IET-Banco de España
Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos	Medición de la ocupación y flujos de viajeros en establecimientos hoteleros, campamentos turísticos, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural	INE
Encuesta de presupuestos familiares	Distribución del gasto de los hogares residentes por territorio geográfico de compra	INE
Módulo específico de la Encuesta industrial sobre gastos de viaje	Cuantía total y detalle por productos de los gastos de viaje de las empresas industriales. (Estimación del gasto en viajes de negocios)	INE
Módulo de la Encuesta de la estructura de la construcción sobre gastos de viaje	Cuantía total y detalle por productos de los gastos de viaje de las empresas de la construcción (estimación del gasto en viajes de negocios)	Ministerio de Fomento
Preguntas específicas de la Encuesta anual de servicios sobre gastos de viaje	Gastos de viaje de las empresas de servicios	INE
Movimiento turístico en fronteras (FRONTUR)	Cuantificación y caracterización de los visitantes extranjeros	IET
Movimiento turístico de residentes (FAMILITUR)	Cuantificación y caracterización de los viajes realizados por los residentes españoles	IET
Encuesta de movilidad de las personas residentes en España	Cuantificación y caracterización de la movilidad de las personas residentes en España	Ministerio de Fomento
OFERTA:		
Estadísticas estructurales del sector servicios	Incluye estimaciones de las variables económicas referentes a las actividades características del turismo	INE
Módulo de servicios de agencias de viajes y <i>tour</i> -operadores	Información sobre ingresos por tipo de servicios ofertados (paquetes turísticos, productos ofertados individualmente, etc.) y sobre la composición de los paquetes turísticos propios	INE
Módulo específico de servicios de alojamiento (<i>Encuesta anual de servicios</i>)	Información solicitada a las empresas hoteleras sobre producción por tipo de servicios (alojamiento, restauración, etc.) y gastos anejos a esa producción	INE
Índice de Precios Hoteleros (IPH)	Evolución de los precios facturados por los hoteleros	INE