

Una aproximación a la medición del valor agregado de las ramas características del Turismo de la Provincia de Córdoba.

Metodología

Abril 2015

DEFINICIONES METODOLÓGICA

“El turismo se define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios o profesionales”. Estas personas se denominan visitantes, pueden ser turistas (si pernoctan) o excursionistas (si no pernoctan), residentes o no residentes. El turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

“Las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios: (a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda). (b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes”.

En resumen, la industria del turismo está constituida por dos tipos de establecimientos: aquellos que debido a su producción típica forman parte de las actividades características del turismo, y aquéllos que debido a sus consumidores forman parte de la industria.

Se presentan a continuación, los productos y actividades características del turismo establecidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Las diez primeras filas agrupan los considerados característicos del turismo a escala mundial y por lo tanto poseen comparabilidad internacional. Las categorías 11 y 12 están reservadas para los productos característicos del turismo específicos de cada país o región.

Lista de categorías de productos de consumo característicos del turismo y de actividades características del turismo

Productos	Actividades
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específico de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Fuente: Recomendaciones internacionales para Estadísticas del Turismo, Naciones Unidas, 2008.

Con base en los dos criterios enunciados para la determinación de los productos característicos, se podrían considerar como características del turismo algunas actividades cuya producción típica no se venda principalmente a turistas, debido a la importancia de los productos de consumo típicos para los turistas. Este podría ser el caso de los restaurantes y de algunos modos de transporte.

Las **actividades características del turismo** son aquellas que pueden generar fácilmente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar, no existe una relación personalizada estricta entre los productos y las industrias que los fabrican como sus principales productos. En el caso de los productos conexos al turismo, se reconoce su importancia en el análisis del turismo para la economía de referencia, aunque su vínculo con el turismo está limitado a escala mundial. En consecuencia, las listas de dichos productos serán específicas de cada país.

Algunos productos de consumo, aunque adquiridos por los visitantes, no están relacionados con la realización de un viaje y quedan excluidos de estas dos categorías. Por lo tanto, se incluyen en una categoría residual. Desde la perspectiva de la oferta el objetivo es describir las actividades productivas que proporcionan los bienes y servicios que adquieren los visitantes.

Las actividades del turismo son principalmente actividades de servicios. Se pueden identificar estas actividades y establecer la lista de las unidades de producción concretas que pertenecen a dicha categoría.

Debido a que no existe consenso internacional acerca de qué actividades deben incluirse en el grupo correspondiente a los bienes y servicios característicos específicos de cada país (filas 11 y 12), y a los fines de poder realizar comparaciones interregionales, en este documento *sólo se considerará el primer grupo de actividades* (filas 1 a 10).

Se trabajó con la serie de Producto Geográfico Bruto a valores constantes, debido a que presenta mayor estabilidad que a valores corrientes, además permite analizar la estructura económica. Para calcular el aporte de la industria turística al valor agregado provincial, se trabajó con las ramas de actividad (CIU) características del turismo correspondiente a las primeras 10 categorías de la tabla.

Con el objetivo de lograr comparabilidad nacional, las ramas específicas del sector turismo fueron seleccionadas de acuerdo a la metodología empleada por el Ministerio de Turismo de la Nación en su Anuario Estadístico del Turismo.

Esta resulta la mejor opción desde el punto de vista técnico, pero puede producir sobreestimación o subestimación del impacto del turismo, por no considerar el impacto generado en ramas no características o sobrevalorar el impacto generado en las ramas características (que también producen para no turistas). El aporte de las actividades productivas conexas, no se incluyen en las estimaciones realizadas por no ser actividades características del turismo. Por ejemplo, el comercio no ha sido incluido, sin embargo, el turista consume estos bienes, y de esta manera participa en la generación de empleo e ingreso, principalmente en las localidades con gran afluencia de turistas.