

# Cuenta satélite de turismo de la Argentina

## Metodología de estimación

Año base 2004 y serie 2016-2019 a precios corrientes  
Buenos Aires, febrero de 2022



Metodología  
INDEC N°  
38



## Cuenta satélite de turismo de la Argentina. Metodología de estimación

Año base 2004 y serie 2016-2019 a precios corrientes

### Metodología INDEC N° 38

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) - Ministerio de Turismo y Deportes (MINTURDEP)

Febrero de 2022

**Dirección:** Lic. Marco Lavagna

**Dirección Técnica:** Mag. Pedro Ignacio Lines

**Dirección de Gestión:** Dr. Alejandro Cristian García

**Dirección Nacional de Cuentas Nacionales:** Mag. Marisa Clara Wierny

**Dirección General de Difusión y Comunicación:** Mag. María Silvina Viazzi

### Autoridades del MINTURDEP

**Ministro de Turismo y Deportes:** Dr. Matías Lammens

**Subsecretaria de Desarrollo Estratégico:** Lic. Eugenia Benedetti

**Director Nacional de Mercados y Estadística:** Mag. Juan Pablo Ruiz Nicolini

ISSN 2545-7179

ISBN 978-950-896-614-8

Instituto Nacional de Estadística y Censos

Cuenta satélite de turismo de la Argentina : metodología de estimación : año base 2004 y serie 2016-2019 a precios corrientes / 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC ; Ministerio de Turismo y Deportes-MINTURDEP, 2022.

Libro digital, PDF - (Metodología INDEC ; 38)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-896-614-8

1. Estadísticas. 2. Turismo. I. Título.

CDD 306.4819

Esta publicación fue realizada por los siguientes equipos de trabajo:

**Coordinación:** Lic. Rodrigo Oliver (MINTURDEP)

**Realización:** Lic. Daiana Sparta y Lic. Diego Born (MINTURDEP)

**Revisión:** Mag. Marisa Clara Wierny, Lic. Luis Alberto Suárez; Lic. Susana Margarita Kidyba y Lic. Estela Fernández Santa Cruz (INDEC)

**Coordinación de Producción Gráfica y editorial:** Marcelo Costanzo

**Diseño Gráfico:** Claudio Las Heras, Belén Mestrelet

**Revisión y corrección de estilo:** Mariana Alonso, Paula Soto Quiroga y María Victoria Piñera

Quisiéramos hacer una mención especial al licenciado Federico Bonazzi, por sus aportes en la estimación piloto de la cuenta satélite de turismo de la Argentina realizada en 2015, que fueron de gran relevancia para este trabajo.



Queda hecho el depósito que fija la Ley 11.723

Libro de edición argentina

Buenos Aires, febrero de 2022

### Publicaciones del INDEC

Las publicaciones editadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos están disponibles en [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar) y en el Centro Estadístico de Servicios, ubicado en Av. Presidente Julio A. Roca 609 C1067ABB, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

También pueden solicitarse al teléfono +54 11 51031-4632 en el horario de atención al público de 9:30 a 16:00.

Correo electrónico: [ces@indec.gov.ar](mailto:ces@indec.gov.ar)

Calendario anual anticipado de informes: [www.indec.gov.ar/indec/web/Calendario-Fecha-0](http://www.indec.gov.ar/indec/web/Calendario-Fecha-0)



INDECArgentina

# Índice



Siglas y abreviaturas.....	4
1. Introducción.....	5
2. Marco teórico.....	5
2.1 Cuenta satélite de turismo: definición y relevancia.....	5
2.2 Marco conceptual sobre el que se realiza el ejercicio de la CST-A.....	6
2.3 Conceptualización: definiciones.....	7
2.4 Clasificación de las actividades y los productos turísticos.....	8
2.5 Puestos de trabajo en turismo.....	13
2.6 Presentación de tablas.....	15
3. Fuentes de información.....	16
4. Metodología CST-A. Año base 2004.....	20
4.1 Tabla 1. Gasto turístico receptor.....	20
4.2 Tabla 2. Gasto turístico interno.....	21
4.2.1 Gasto interno en viajes dentro de la Argentina.....	21
4.2.2 Gasto interno en viajes al exterior.....	23
4.2.2.1 Gasto en empresas de transporte residentes para viajes emisivos.....	23
4.2.2.2 Tramo interno de los viajes emisivos.....	24
4.2.2.3 Margen de comercialización interno de paquetes turísticos emisivos.....	25
4.2.2.4 Margen de comercialización interno de productos turísticos individuales emisivos.....	26
4.3 Tabla 4. Consumo turístico interior.....	26
4.4 Tabla 5. Cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias.....	26
4.5 Tabla 6. Contrastación oferta interna y consumo turístico interior, por productos (a precios de adquisición).....	31
5. Metodología CST-A serie 2016-2019.....	34
5.1 Gasto turístico receptor.....	35
5.2 Gasto turístico interno.....	35
5.2.1 Gasto interno en viajes dentro de la Argentina.....	35
5.2.2 Gasto interno en viajes al exterior.....	36
5.2.2.1 Gasto en empresas residentes de transporte aéreo, marítimo o fluvial para viajes emisivos.....	36
5.3 Oferta: cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias.....	37
5.4 Contrastación oferta interna y consumo turístico interior, por productos (a precios de adquisición).....	37
6. Metodología de estimación de los puestos de trabajo en turismo.....	38
7. Glosario.....	40
8. Referencias bibliográficas.....	42

## Siglas y abreviaturas

**AFIP:** Administración Federal de Ingresos Públicos

**CGI:** cuenta de generación del ingreso e insumo de mano de obra

**CI:** consumo intermedio

**CIU:** Clasificación Internacional Industrial Uniforme

**ClaNAE:** Clasificador Nacional de Actividades Económicas

**CNE:** Censo Nacional Económico

**COU:** cuadros de oferta y utilización

**CPC:** Clasificación Central de Productos (siglas del inglés Central Product Classification)

**CST:** cuenta satélite de turismo

**CST-A:** cuenta satélite de turismo de la Argentina

**CST:RMC 2008:** Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008

**DNESECI-INDEC:** Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo y Cuentas Internacionales del INDEC

**DNCN-INDEC:** Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del INDEC

**DNME-MINTURDEP:** Dirección Nacional de Mercados y Estadísticas del Ministerio de Turismo y Deportes

**ECyS 05:** Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios, año 2005

**ENGHo:** Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

**EOH:** Encuesta de Ocupación Hotelera

**ETI:** Encuesta de Turismo Internacional

**EVYTH:** Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares

**INDEC:** Instituto Nacional de Estadística y Censos

**IP:** insumo-producto

**IPI:** Índice de precios implícitos

**IVA:** impuesto al valor agregado

**MINTURDEP:** Ministerio de Turismo y Deportes

**n.c.p.:** no clasificado en otra parte

**OEDE:** Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social)

**OIT:** Organización Internacional del Trabajo

**OMT:** Organización Mundial de Turismo (UNWTO), agencia especializada de las Naciones Unidas

**PIB:** producto interno bruto

**PIBDT:** producto interno bruto directo turístico

**RCT:** ramas de actividad características del turismo

**RIET 2008:** Recomendaciones internacionales para las estadísticas de turismo 2008

**SCN 2008:** Sistema de Cuentas Nacionales 2008

**SIPA:** Sistema Integrado Previsional Argentino

**VAB:** valor agregado bruto

**VABpb:** valor agregado bruto a precios básicos

**VABDT:** valor agregado bruto directo turístico

**VABIT:** valor agregado bruto de las industrias turísticas

**VBP:** valor bruto de producción

**VBPpb:** valor bruto de producción a precios básicos



# 1. Introducción



En este trabajo se presenta la primera estimación de la cuenta satélite de turismo de la Argentina (CST-A) y de los puestos de trabajo en las ramas de actividad características del turismo. Este fue un proyecto conjunto de la Dirección Nacional de Mercados y Estadística del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (DNME-MINTURDEP) y la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (DNCN-INDEC).

Aquí se desarrolla la metodología utilizada para el año base 2004 de la CST-A<sup>1</sup>. También se describe el proceso metodológico utilizado para arribar a dichos valores y para la extensión de los resultados, con el objetivo completar la serie 2016-2019. Las estimaciones realizadas se plasman en una serie de tablas que refieren al consumo y a la oferta turística interior y al empleo, y culminan en su consolidación para la obtención de indicadores agregados como el valor agregado bruto de las industrias turísticas (VABIT), el valor agregado bruto directo turístico (VABDT) y el producto interno bruto directo turístico (PIBDT).

La base metodológica de la estimación de la CST-A responde a lo sugerido por la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*, aprobado por las Naciones Unidas (CST:RMC 2008).

El documento inicia con la presentación de las características de una cuenta satélite de turismo (CST) sobre la definición teórica de algunos conceptos, la selección de productos turísticos y las particularidades de las diversas tablas de información.

La segunda sección ahonda sobre la metodología utilizada para la elaboración de cada una de las tablas de información para el año 2004: las fuentes y los procedimientos particulares empleados.

Posteriormente, se explican las consideraciones utilizadas para la extensión de la serie a los años 2016 a 2019.

## 2. Marco teórico

### 2.1 Cuenta satélite de turismo: definición y relevancia



Una **cuenta satélite** hace foco en alguna esfera de actividades o productos dentro de la producción nacional que revierten algún tipo de interés específico dentro del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN). De esta manera, el encuadre dentro del marco del SCN le aporta completitud, coherencia e integración al análisis de estas actividades o productos bajo estudio. Al mismo tiempo, genera sus propios aportes que pueden servir para mejorar las estimaciones del SCN, así como ayuda a otorgar una información más exhaustiva para el área.<sup>2</sup> Para esto último, puede valerse de fuentes auxiliares de información o realizar trabajos específicos para el análisis particular requerido.

El propósito de una **cuenta satélite de turismo** es analizar minuciosamente todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios asociados con la actividad de los visitantes, observar la interfaz operativa con la oferta de dichos bienes y servicios en la economía y describir la manera en que esta oferta interactúa con otras actividades económicas (CST:RMC 2008, pág. iii).

<sup>1</sup> El año base de la CST-A necesariamente debió coincidir con el año donde se dispone de la información del cuadro de oferta y utilización (COU) de las cuentas nacionales de la Argentina, lo cual ocurre en el período de referencia, año 2004.

<sup>2</sup> En la CST-A, por ejemplo, se obtiene una apertura pormenorizada de la información presente en la cuenta viajes de la balanza de pagos, respetando sus totales, pero logrando una distribución más detallada.

Adicionalmente, al combinar diferentes fuentes de datos en un solo marco, y al integrar la oferta y la demanda turística, la CST también tiene la ventaja de mejorar la disponibilidad y la calidad de las estadísticas de turismo. Como los datos provienen de diferentes fuentes que se integran en el marco de la CST, es posible identificar “lagunas” de datos y mejorar los existentes.

Las cuentas de turismo son importantes para evaluar la importancia económica en las economías nacionales, regionales y locales de un sector complejo como el turismo, porque responden preguntas relacionadas con la actividad económica (Meis et al., 2004, pág. 10), tales como:

- ¿Qué importancia tiene la demanda turística de productos elaborados en el país y cuáles son los principales productos comprados por los visitantes?
- ¿Qué industrias se benefician del turismo?
- ¿Cuánto valor agregado directo se genera al satisfacer la demanda turística?
- ¿Cuántos ingresos fiscales recibe el Gobierno del turismo?
- ¿Cuánto empleo depende del turismo?
- ¿Qué importancia tiene el turismo en una economía nacional?

En apoyo de las políticas económicas, una CST proporciona el marco para la medición del impacto de las actividades del sector turístico y de las interrelaciones con las otras actividades de la economía. Esto a su vez facilita la integración de las políticas de turismo dentro de la política económica de un país. Los países que han implementado una CST, o han incluido una CST dentro de su sistema de cuentas nacionales, han experimentado la relevancia de dicho instrumento para realizar análisis macroeconómicos del turismo, desarrollar políticas relacionadas con esta actividad, y mejorar la cobertura y calidad de sus estadísticas.

## 2.2 Marco conceptual sobre el que se realiza el ejercicio de la CST-A

El SCN 2008 se compone de conceptos, definiciones, clasificaciones, reglas de contabilidad, cuentas y tablas que constituyen un marco global e integrado para la estimación de la producción, el consumo, la inversión de capitales, los ingresos, las existencias y los movimientos de riqueza financiera y no financiera, y otras variables económicas conexas.

El SCN 2008 contiene un marco específico que muestra la relación entre la demanda de bienes y servicios y la oferta de estos bienes y servicios dentro de una economía. El marco se denomina “cuadros de oferta y utilización” (COU).

Sin embargo, lo particular del turismo es la situación provisional en la que una persona se encuentra como consumidora: realiza un viaje o una visita a un lugar fuera de su entorno habitual por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad distinta a la de ser empleada por una entidad residente en el lugar visitado (RIET 2008). Esto diferencia a un visitante de otras categorías de consumidores. Estas características específicas del visitante no pueden explicitarse en el marco central del SCN 2008, en el que los agentes económicos se clasifican de conformidad con características relativamente permanentes, entre ellas su país de residencia.

Para hacer frente a estas situaciones, en el SCN 2008 se propone la utilización de cuentas satélite, anexas a su marco central y que, hasta un punto que deberá definirse en cada caso, comparten sus conceptos básicos, definiciones, clasificaciones y reglas de contabilidad. Dentro de esta perspec-

tiva, la elaboración de la CST consiste, por un lado, en analizar de forma pormenorizada todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios que podrían asociarse con el turismo, al establecer la interfaz real con la oferta de dichos bienes y servicios dentro o fuera de la economía de referencia, y, por el otro, en describir el modo en que la oferta (de origen interno o importada) interactúa con otras actividades económicas, utilizando el cuadro de oferta y utilización como referencia. La primera recomendación sobre la elaboración del marco conceptual de la CST se propuso en 2000 a través del documento *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*, luego actualizado a la luz de las RIET 2008, que dio como resultado el documento *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008* (CST:RMC 2008, párrafos 1.6 a 1.12).

Finalmente, cabe mencionar que, en la Argentina, existen COU disponibles para 2004 y 2018. En particular, en el COU de 2018 se utilizaron para todas las ramas de actividad características del turismo (RCT) las estructuras estimadas de 2004, ya que no se contaba con nuevos relevamientos de oferta y utilización por CPC.<sup>3</sup> Por este motivo, el desarrollo más pormenorizado de la CST-A se ha realizado en el marco del año 2004, para luego extender el análisis con un ejercicio de estimación que permitiera obtener una serie de la participación del turismo en la economía argentina entre 2016 y 2019.

## 2.3 Conceptualización: definiciones

La particularidad de una CST viene dada por el recorte que se realiza de la producción, en donde la definición de la demanda surge como el determinante del campo turístico. Desde la oferta, esto implica que las actividades turísticas serán aquellas que buscan satisfacer la demanda de visitantes. Entonces, es válido repasar aquí las definiciones empleadas en el marco de las estadísticas de turismo de las RIET 2008, a fin de lograr una correcta interpretación del alcance de la CST-A y sus consecuentes indicadores agregados.

La figura central del turismo es el **visitante**: “una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos. El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes” (RIET 2008, párrafo 2.9).

Un visitante, a su vez, se “clasifica como **turista** (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como **visitante del día** (o **excursionista**) en caso contrario” (RIET 2008, párrafo 2.13).

Por otro lado, la definición del **entorno habitual** es la otra pieza clave: “se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales” (RIET 2008, párrafo 2.21).<sup>4</sup>

Se pueden distinguir “tres formas fundamentales de turismo: **a) Turismo interno**, que incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. **b) Turismo receptor**, que engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor. **c) Turismo emisor**, que abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno” (RIET 2008, párrafo 2.39).

<sup>3</sup> Para más detalle sobre la metodología empleada en la elaboración del COU 2018, consultar: INDEC (2021).

<sup>4</sup> A los fines prácticos, en la Argentina se consideran 20 kilómetros a la redonda del lugar de residencia (40 kilómetros si esta se encuentra en el Área Metropolitana de Buenos Aires) o lugares que se visitan más de 4 veces al mes o donde se realiza alguna actividad productiva radicada en ese lugar.

Estos visitantes realizan un **gasto turístico** que “hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Se incluyen los gastos incurridos por los propios visitantes y los gastos pagados o reembolsados por otros” (RIET 2008, párrafo 4.2). Si a este se le suman servicios imputados asociados con alojamiento en segundas viviendas propias, transferencias sociales en especie y otros consumos imputados, se obtiene el **consumo turístico**.

En la CST-A se analizarán distintos aspectos del consumo turístico:

- Consumo turístico interno: el consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia.
- Consumo turístico receptor: el consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia.
- Consumo turístico interior: el consumo turístico de los visitantes residentes y no residentes en la economía de referencia (o sea, la suma de los dos anteriores).

**Gráfico 1. Clasificación del consumo turístico**

	<b>Residente</b> en la economía de referencia	<b>No residente</b> en la economía de referencia	
Consumo <b>dentro</b> de la economía de referencia	Consumo turístico <b>interno</b>	Consumo turístico <b>receptor</b>	Consumo turístico <b>interior</b>
Consumo <b>fuera</b> de la economía de referencia	Consumo turístico <b>emisor</b>		
	Consumo turístico <b>nacional</b>		

## 2.4 Clasificación de las actividades y los productos turísticos

Para una correcta delimitación del campo turístico, es esencial la elección y clasificación de productos y actividades característicos del turismo.

A partir de la clasificación de los productos se compararán la oferta turística frente a la demanda turística para conocer la relevancia de esta sobre aquella. Por otro lado, a partir de la clasificación de las actividades, se distinguirá la producción de las industrias que se consideran características del turismo y su relevancia en el total de la economía. Estas clasificaciones definen el nivel de desagregación y detalle de la CST.

Por un lado, “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 debería representar una parte importante de la oferta del producto en la eco-



nomía (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” (RIET 2008, párrafo 5.10).

Por su lado, “las **actividades características del turismo** son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo” (RIET 2008, párrafo 5.11).

El manual CST:RMC 2008 propone la siguiente lista de productos e industrias turísticas, con su consiguiente forma de presentación en la CST:

**Cuadro 1. Clasificación de los productos y las industrias turísticas, según el CST:RMC 2008**

Productos	Industrias turísticas
A. Productos de consumo	
A.1 Productos característicos del turismo	
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
1.a Servicios de alojamiento para visitantes que no estén contemplados en 1.b	1.a Alojamiento para visitantes no contemplado en 1.b
1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones	1.b Alojamiento asociado con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Industria 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	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 reserva	8. Industria de agencias de viajes y de otros servicios de reserva
9. Servicios culturales	9. Industria cultural
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Industria recreativa y deportiva
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio minorista de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras industrias características del turismo, específicas de cada país
A.2 Productos conexos al turismo	
A.3 Productos de consumo no conexos al turismo	
B. Productos no destinados al consumo	
B.1 Objetos valiosos	
B.2 Otros productos no destinados al consumo	

Dada la posibilidad de incluir bienes o servicios característicos específicos de cada país, para la CST-A se determinó que se consideran como característicos del turismo los **servicios de expendio minorista de combustibles para automotores** (estaciones de servicio). Por ende, su actividad relacionada, **venta al por menor de combustible para automotores**, también se consideró como característica de turismo.

Las RIET 2008 mencionan que “El combustible para los vehículos de motor (o para embarcaciones en los países insulares) podría representar asimismo un gasto importante en bienes en los países”. A su vez, se verificó que el gasto en combustibles representó un 10% del gasto turístico interno que se calculó para la CST-A en 2004 para los turistas y un 30% para los excursionistas.

De esta manera, la exposición de productos y actividades característicos del turismo para la CST-A quedó determinada de la siguiente manera:

**Cuadro 2. Clasificación de los productos y las industrias turísticas, según CST-A**

Productos	Industrias Turísticas
A.1 Productos característicos del turismo	
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
1.a Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b	1.a Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b
1.b Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de inmuebles de uso turístico	1.b Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de inmuebles de uso turístico
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Industria 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. Servicios complementarios para el transporte	8. Servicios complementarios para el transporte
9. Agencias de viajes y otros servicios de reserva	9. Agencias de viajes y otros servicios de reserva
10. Servicios culturales	10. Industria cultural
11. Servicios deportivos y recreativos	11. Industria deportiva y recreativa
12. Servicios de expendio minorista de combustibles para automotores	12. Venta al por menor de combustible para vehículos automotores y motocicletas
A.2 Otros productos no característicos	
1. Bienes	
2. Servicios	

Esta desagregación, a diferencia de la propuesta por el CST:RMC 2008, presenta las siguientes subcategorías:

A.2. Otros productos no característicos

- 2.1 Bienes
- 2.2 Servicios

Aquí se incluye la producción del resto de los bienes y servicios de la economía, que no son característicos del turismo, dentro de los cuales existen algunos que presentan cierta importancia para el total del gasto turístico, como el gasto en alimentos, servicios urbanos de transporte de pasajeros por ferrocarril y servicios urbanos y suburbanos regulares de transporte de pasajeros por carretera.

La apertura entre bienes y servicios facilita la comparación con los totales de las cuentas nacionales.

A continuación se presentan las actividades y los productos específicos que se consideraron dentro de cada rubro general, a fin de hacer una estimación lo más pura posible en términos turísticos. Esta apertura se logró en cada caso en función de la disponibilidad que presentaba cada fuente de información (ver apartado 4.4).

**Cuadro 3. Apertura de la clasificación de los productos característicos del turismo en la CST-A**

CPC COU 2004 (*)	Clasificación de productos característicos
	<b>A.1 Productos característicos del turismo</b>
	<b>1. Servicios de alojamiento para visitantes</b>
	1.a Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b
631	Servicios de alojamiento
	1.b Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de inmuebles de uso turístico
721 PV	Propiedad de la vivienda
	<b>2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas</b>
632	Servicios de suministro de comida
	<b>3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril</b>
642 P	Servicios de transporte por vía férrea-Pasajeros
	<b>4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera</b>
643 P	Servicios de transporte por carretera-Pasajeros y mudanza de enseres domésticos
	<b>5. Servicios de transporte de pasajeros por agua</b>
651	Servicios de transporte de cabotaje y transoceánico por vía acuática
652	Servicios de transporte por vías de navegación interior
	<b>6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros</b>
661	Servicios de transporte de pasajeros por vía aérea
	<b>7. Servicios de alquiler de equipos de transporte</b>

(continúa)

**Cuadro 3.** (conclusión)

CPC COU 2004 (*)	Clasificación de productos característicos
731	Servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de maquinaria y equipo sin operarios
<b>8. Servicios complementarios para el transporte</b>	
675	Servicios auxiliares del transporte por carretera
677	Servicios auxiliares del transporte por vía aérea o espacial
<b>9. Agencias de viajes y otros servicios de reserva</b>	
678	Servicios de agencias de viaje, organización de viajes en grupo y guías de turismo
<b>10. Servicios culturales</b>	
961	Servicios audiovisuales y servicios afines
962	Servicios de promoción y presentación relacionados con las artes escénicas y otros espectáculos en vivo
963	Servicios relacionados con actores y otros artistas
964	Servicios relacionados con museos y servicios de conservación
<b>11. Servicios deportivos y recreativos</b>	
965	Servicios relacionados con deportes de competición y deportes de esparcimiento
969	Otros servicios de esparcimiento y diversión
<b>12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país</b>	
620	Servicios de expendio minorista de combustibles para automotores

(\*) CPC (por su sigla en inglés): Clasificación Central de Productos. La clasificación de productos utilizada en la CST-A y en el COU 2004 se basa en la CPC revisión 1.1 (Naciones Unidas, 2002), pero incorpora algunos adicionales que la hacen levemente diferente.

**Cuadro 4.** Apertura de la clasificación de las actividades características del turismo en la CST-A

Rama CtaNAE 2004 (*)	Clasificación de actividades características
<b>1. Alojamiento para visitantes</b>	
<b>551</b>	<b>1.a Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b</b>
551.1	Servicios de alojamiento en camping
551.22	Servicios de alojamiento en hoteles, pensiones y otras residencias de alojamiento temporal, excepto por hora
<b>701</b>	<b>1.b Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de inmuebles de uso turístico</b>
701 A	Servicios inmobiliarios con bienes propios y arrendados (inmuebles de uso turístico)
<b>552</b>	<b>2. Industria de provisión de alimentos y bebidas</b>
552.11	Servicios de expendio de comidas y bebidas en restaurantes, bares y otros establecimientos con servicio de mesa y/o en mostrador excepto en heladerías

(continúa)

**Cuadro 4.** (conclusión)

Rama ClaNAE 2004 (¹)	Clasificación de actividades características
552.12	Servicios de expendio de comidas y bebidas en heladerías.
552.29	Preparación y venta de comidas para llevar n.c.p. (incluye rotiserías)
<b>601</b>	<b>3. Transporte de pasajeros por ferrocarril</b>
601.22	De pasajeros-interurbano
<b>602</b>	<b>4. Transporte de pasajeros por carretera</b>
602.22	Servicio de transporte automotor de pasajeros-taxis y remises
602.25	Servicio de transporte automotor de pasajeros-interurbano
602.26	Servicio de transporte automotor de pasajeros-turístico
602.27	Servicio de transporte automotor de pasajeros-internacional
<b>61</b>	<b>5. Transporte de pasajeros por agua</b>
611.2	Servicio de transporte vía acuática-marítimo-de pasajeros
612.2	Servicio de transporte vía acuática-fluvial y lacustre-de pasajeros
<b>622</b>	<b>6. Transporte aéreo de pasajeros</b>
<b>711</b>	<b>7. Alquiler de equipos de transporte</b>
<b>633</b>	<b>8. Servicios complementarios para el transporte</b>
633.11	Servicios explotación de infraestructura; peajes y otros derechos
633.31	Servicios de hangares, estacionamiento y remolque de aeronaves
<b>634</b>	<b>9. Agencias de viajes y otros servicios de reserva</b>
<b>92</b>	<b>10. Industria cultural</b>
921.2	Exhibición de filmes y videocintas
921.4	Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.
921.9	Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.
923	Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.
<b>924</b>	<b>11. Industria deportiva y recreativa</b>
	<b>12. Comercio minorista de bienes característicos del turismo específicos de cada país</b>
505	Venta al por menor de combustible para vehículos automotores y motocicletas

(¹) El ClaNAE 2004 (INDEC, 2004) es consistente con el clasificador de uso internacional Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) (Naciones Unidas, 2002).

Las ramas de actividad no características se agruparán bajo el nombre de “Otras Industrias”, que conforman, junto con las RCT, la producción de los productores internos (a precios básicos).

## 2.5 Puestos de trabajo en turismo

Las RIET 2008 presentan un marco metodológico para medir el nivel y las características del empleo generado por la industria del turismo desde una perspectiva de la oferta, a partir de la selección de empresas o industrias características del turismo.

En este sentido, las RIET aclaran que no se puede observar directamente el empleo en turismo, haciendo referencia al empleo estrictamente relacionado con los bienes y servicios (característicos del turismo, conexos al turismo y de otro tipo) adquiridos por los visitantes y producidos por las indus-

trías turísticas u otras industrias. Esto se debe a que, si bien puede asociarse a la producción total de un establecimiento, no puede asignarse a una producción particular sin la utilización de hipótesis y de procedimientos de modelización.

Por este motivo, dado que el objetivo de este trabajo es explorar las estadísticas del empleo en el sector turístico, el enfoque está puesto en el empleo en las industrias turísticas, es decir, el empleo en el sector, con independencia de que los productos o servicios fueran adquiridos por los turistas o no. Del mismo modo, no se contemplan aquellas ramas de actividad que producen bienes o servicios que los visitantes eventualmente pueden consumir, pero que no constituyen industrias características del sector.

Finalmente, con base en la definición de la OIT, el trabajo corresponde al conjunto de actividades humanas, remuneradas o no, que producen bienes o servicios en una economía, o que satisfacen las necesidades de una comunidad o proveen los medios de sustento necesarios para los individuos. En este contexto, el empleo se define como el trabajo efectuado a cambio de una remuneración que puede ser denominado “salario”, “sueldo”, “comisión”, “propina”, “pago a destajo” o “pago en especie”, sin importar la categoría de empleo (patrón, asalariado, cuentapropista, etcétera).

Por otra parte, la OIT categoriza un empleo según el tipo de contrato de trabajo explícito o implícito del titular con otras personas u organizaciones.

Las personas con empleos independientes pueden dividirse en dos grupos: aquellas que tienen trabajadores asalariados a cargo se clasifican como “empleadores” o “patrones”, mientras que aquellas que no los tienen se clasifican como “trabajadores por cuenta propia”. El término “empleo independiente” alcanza aquel tipo de trabajo donde la remuneración depende directamente de los beneficios (o del potencial para realizar beneficios) derivados de los bienes o servicios producidos (el consumo propio forma parte de los beneficios). El titular toma las decisiones operacionales que afectan a la empresa, o delega tales decisiones, pero mantiene la responsabilidad por el bienestar de la empresa.

Por otro lado, los trabajadores con un empleo asalariado son clasificados dentro de la categoría “empleo en relación de dependencia”, referida a trabajadores que reciben una remuneración básica que no depende directamente de los ingresos de la unidad para la que trabajan.

Cabe aclarar que todas las categorías mencionadas anteriormente pueden identificarse en el marco de la economía tanto formal como informal.

Por lo tanto, siguiendo la metodología de la cuenta de generación del ingreso (CGI), las principales definiciones para tener en cuenta son:

**Puestos de trabajo:** contratos (explícitos o implícitos) entre una persona y una unidad institucional, para llevar a cabo un trabajo a cambio de una remuneración (o ingreso mixto) durante un período definido o indefinido de tiempo. La cantidad de puestos de trabajo no coincide con la cantidad de personas ocupadas, ya que una persona que se declara como ocupada puede desempeñarse en más de un puesto de trabajo, es decir, realizar actividades secundarias y otras. Por lo tanto, el número de puestos de trabajo en la economía superará el número de personas empleadas en la medida en que algunos ocupados tengan más de una ocupación.

**Asalariados:** personas que, por un acuerdo, trabajan para una unidad institucional residente y perciben remuneración por su trabajo. Esa remuneración se registra en el SCN como remuneración de asalariados. Existe una relación entre el empleador y el asalariado cuando hay un acuerdo formal o informal entre una empresa y una persona, normalmente voluntario para ambas partes, en virtud del cual la persona trabaja para el empleador a cambio de una remuneración en dinero o en especie. No

constituye requisito que el empleador declare dicho convenio ante una autoridad oficial para que la situación de empleado sea aplicable.

**No asalariados o trabajadores por cuenta propia:** personas propietarias, individualmente o en forma conjunta, de las empresas no constituidas en sociedades en las que trabajan, excluidas las empresas no constituidas en sociedades clasificadas como cuasisociedades. Las personas que trabajan en empresas no constituidas en sociedades se clasifican como trabajadoras por cuenta propia si no tienen un empleo remunerado que constituya su principal fuente de ingresos. Cuando lo tienen, se las clasifica como asalariadas. La remuneración del trabajo por cuenta propia se incluye en el ingreso mixto porque no es posible separar el rendimiento del trabajo del rendimiento de cualquier capital empleado en las empresas no constituidas en sociedades.

Los puestos de trabajo no asalariados incluyen a quienes trabajan de forma autónoma que, a su vez, se clasifican en:

- a) Trabajadores por cuenta propia: trabajadores autónomos que no tienen empleados remunerados a su cargo.
- b) Empleadores/patrones: trabajadores autónomos que tienen empleados remunerados a cargo.
- c) Familiares no remunerados: a quienes colaboran en negocios familiares sin recibir un pago directo por su trabajo.

## 2.6 Presentación de tablas

La síntesis de la información de la CST se plasma en una serie de tablas, consistentes entre sí, siguiendo la presentación propuesta en el documento CST:RMC 2008. Allí se propone elaborar 10 tablas, en donde se abordan el consumo y la oferta turística (tablas 1 a 6), el empleo de las industrias turísticas (tabla 7), la formación bruta de capital fijo turística de las industrias turísticas y otras industrias (tabla 8), el consumo colectivo turístico (tabla 9) e indicadores no monetarios (tabla 10). De esta forma, se aborda mayoritariamente el panorama macroeconómico del turismo en una economía de referencia.

En el presente documento, se desarrolla la metodología propuesta para la confección de las tablas 1, 2, 4, 5 y 6, para derivar los indicadores agregados de valor agregado bruto de las industrias turísticas (VABIT), valor agregado bruto directo turístico (VABDT) y producto interno bruto directo turístico (PIBDT).

Las tablas 1, 2 y 4 muestran el consumo turístico interior.<sup>5</sup> La **tabla 1** ofrece el detalle del gasto del turismo receptivo; la **tabla 2** exhibe el detalle del gasto del turismo interno (tanto en su parte intrínsecamente interna como en la parte interna de viajes que tienen como destino final algún lugar del exterior de la Argentina, es decir, viajes emisivos). Por último, la **tabla 4** muestra el consumo turístico interior, es decir, la conjunción del gasto del turismo receptivo y del turismo interno con el agregado de consumos imputados. Así se obtienen los vectores de utilización de los productos turísticos que luego se cotejarán con la oferta turística (CST:RMC 2008, párrafo 4.29).

La **tabla 5** está dedicada a la oferta y, aunque se centra en los productos característicos del turismo y en las industrias turísticas, comprende todos los productos que circulan en la economía de referencia, como así también todas las industrias. Corresponde a un ámbito similar al de las cuentas de

<sup>5</sup> La tabla 3 presenta la información desagregada del consumo turístico emisor, por lo que no contribuye al cálculo de los indicadores agregados VABIT, VABDT y PIBDT, es decir, a la medición del impacto económico del turismo en la economía de la Argentina.

producción de las cuentas nacionales, si bien las clasificaciones y ciertos parámetros son diferentes. En la columna “Otras industrias” se presenta el valor añadido de la oferta correspondiente a todas las industrias no turísticas en la economía (CST:RMC 2008, párrafo 4.30).

En la **tabla 6** se exhibe una conciliación global del consumo turístico interior y la oferta interna. Esta tabla constituye el núcleo central de la CST. Los indicadores agregados VABIT, VABDT y PIBDT pueden obtenerse de aquí. Según lo propuesto por el CST:RMC 2008, las filas de la tabla 6 son iguales a las de la tabla 5, mientras que en lo que respecta a las columnas, éstas se distribuyen en tres bloques:

- a) El primero contiene las mismas columnas que la tabla 5 y representa las industrias;
- b) El segundo (importaciones, impuestos netos de subvenciones y márgenes del comercio y del transporte) presenta las variables adicionales y las correcciones de valor necesarias para obtener el total de la oferta a precios de adquisición; y
- c) El tercero consta solamente de dos columnas: consumo turístico interior y ratio turístico (CST:RMC 2008, párrafo 4.48).

En la **tabla 7** se presenta el empleo, debido a la importancia estratégica que el turismo reviste con frecuencia para la formulación de políticas de empleo. La medición se concentra en las industrias turísticas y la variable utilizada para expresar su volumen es el número de puestos de trabajo. La información se desglosa para los principales grupos de ramas de actividad características del turismo y con aperturas para puestos asalariados registrados, asalariados no registrados y no asalariados o trabajadores por cuenta propia.

## 3. Fuentes de información

La CST es en sí misma una estadística de síntesis, es decir, una recopilación y armonización de distintos conjuntos de información, cada uno proveniente de diferentes fuentes y con variedad de temáticas. En este sentido, la CST-A reúne información proveniente, por ejemplo, de encuestas nacionales, censos, registros administrativos y estadísticas de cuentas nacionales e internacionales, entre otros.

Por este motivo, en el presente apartado se menciona cada una de las fuentes utilizadas, con el detalle de temática, objetivos y encargados de su elaboración, según corresponda.

### 3.1 Cuenta viajes de la balanza de pagos

La **cuenta viajes** de la balanza de pagos es realizada por la Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo y Cuentas Internacionales del INDEC (DNESECI-INDEC). Consiste en una subcuenta de la cuenta de servicios de la balanza de pagos. La cuenta viajes tiene por objetivo la medición del gasto total en bienes y servicios de los viajeros internacionales (excluyendo la adquisición de pasajes internacionales): por un lado, el gasto realizado por viajeros no residentes a proveedores residentes (ingresos-crédito) y, por el otro, el gasto realizado por viajeros residentes a proveedores no residentes (egresos-débito). Para esto, la cuenta viajes se vale de información provista por la Estadísticas de turismo internacional (ETI) y por las cifras de viajeros elaboradas por la DNME-MINTURDEP con base en datos de la Dirección Nacional de Migraciones.



## 3.2 Cuenta pasajeros de la balanza de pagos

La cuenta pasajeros de la balanza de pagos es realizada por la DNESECI-INDEC. Consiste en una subcuenta dentro de la cuenta de servicios de la balanza de pagos.

El crédito de la cuenta pasajeros tiene por objetivo la medición del valor de los pasajes internacionales vendidos por las compañías argentinas de transporte marítimo, aéreo y terrestre a no residentes (ingresos-crédito), y el valor de los pasajes internacionales vendidos por las compañías no residentes de transporte marítimo, aéreo y terrestre a residentes (egresos-débito).

## 3.3 Encuesta de Turismo Internacional (ETI)

La **ETI** se lleva a cabo por el INDEC juntamente con la DNME-MINTURDEP desde 2004, de manera ininterrumpida,<sup>6</sup> con una frecuencia mensual. Esta encuesta se realiza en algunos puestos migratorios de ingreso y egreso de viajeros. En 2004 los lugares encuestados fueron los aeropuertos Ministro Pistarini (Ezeiza) y Aeroparque Jorge Newbery, los pasos terrestres Paso Internacional Cristo Redentor (Mendoza), Puente Internacional Puerto Unzué (Entre Ríos), Puente Internacional Tancredo Neves (Misiones) y Puente Internacional San Ignacio de Loyola (Formosa), y la terminal fluvial del Puerto de Buenos Aires. En la actualidad los puestos migratorios relevados por la encuesta son los aéreos Aeropuerto Ministro Pistarini (Ezeiza), Aeroparque Jorge Newbery, Aeropuerto Internacional Pajas Blancas (Córdoba) y Aeropuerto Internacional El Plumerillo (Mendoza), el fluvial Puerto de Buenos Aires y el terrestre Paso Internacional Cristo Redentor (Mendoza).

Tiene por objetivo general conocer las características de los viajes (el motivo, la duración, los destinos, el tipo de alojamiento utilizado, etc.) y de los viajeros (lugar de residencia, conformación del grupo familiar que viaja, etc.), como así también los gastos en alojamiento, alimentación, traslados, transportes y compras en los lugares visitados.

En el cuarto trimestre de 2005 se realizó un operativo especial en el que se recabó información más detallada del gasto de los viajeros.

## 3.4 Registro de tránsitos de migraciones

La Dirección Nacional de Migraciones (DNM) está presente en todo el territorio argentino controlando las entradas y salidas de personas del país en cada uno de los pasos fronterizos (actualmente 158 en total: 38 aéreos, 73 terrestres y 47 marítimos o fluviales). A partir de este control migratorio, la DNM genera diferentes bases de datos, algunas de las cuales son procesadas por la DNME-MINTURDEP con el fin de obtener información ordenada sobre la cantidad total de personas que atravesaron las fronteras, la vía de ingreso o egreso, el medio de transporte utilizado y detalles del tránsito aéreo, por ejemplo.

## 3.5 Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)

La **EVyTH** es llevada a cabo por la DNME-MINTURDEP. Fue realizada de manera presencial y por primera vez en 2006. A partir de 2012, se realiza de manera ininterrumpida, con una frecuencia mensual (vía telefónica).

<sup>6</sup> Como consecuencia de la declaración de la emergencia sanitaria por la COVID-19, la ETI estuvo suspendida desde marzo de 2020 hasta diciembre de 2020. En enero de 2021 se retomó el operativo de campo, únicamente en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza. En abril de 2021, se suspendió nuevamente cumpliendo con las recomendaciones vigentes del Gobierno nacional. En octubre de 2021 y en forma progresiva, se retomó el operativo en todos los puestos fronterizos que cubre.

Está destinada a medir la evolución de los viajes realizados por los hogares argentinos residentes en los grandes aglomerados urbanos (dos tercios de la población total del país, aproximadamente) y las características de dichos viajes, y computar aspectos sociodemográficos que permitan caracterizar a los turistas residentes.

### 3.6 Cuadros de oferta y utilización (COU). Años 2004 y 2018

Los **COU** son elaborados por la DNCN-INDEC. Actualmente, se cuenta con estos cuadros para los años 2004 y 2018.

Desde el punto de vista analítico, los COU permiten describir la producción de la economía, al observar la totalidad de usos o demandas de un producto originado en la producción o en la importación y las estructuras productivas de las diferentes actividades económicas. Desde el punto de vista estadístico, sirve como marco para comprobar la congruencia de las estimaciones de las corrientes de bienes y servicios y de las funciones de producción de cada rama de actividad, y para asegurar la consistencia de los datos y la coherencia de las definiciones y clasificaciones.

### 3.7 Valor bruto de producción a precios básicos (VBPPb) por rama de actividad económica

La serie de **VBPPb por rama de actividad económica** es realizada por la DNCN-INDEC con una frecuencia trimestral. Cuenta con información desde 2004. Presenta la producción de cada rama de actividad económica a precios de 2004 y a precios corrientes.

### 3.8 Censos de población. Años 2001 y 2010

Los **censos de población** permiten conocer, cuantificar y analizar, con el máximo nivel de desagregación geográfica, la estructura demográfica y socioeconómica de la población y su distribución espacial. En la Argentina los últimos censos corresponden a 2001 y 2010. Ambos operativos fueron coordinados y procesados por el INDEC.

### 3.9 Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo), 2004-2005

La **ENGHo** fue planificada, organizada y supervisada por el INDEC, conjuntamente con las Direcciones Provinciales de Estadística. La edición 2004-2005 se realizó en todo el país con cobertura urbana y rural, entre octubre de 2004 y diciembre de 2005.

La información que se capta en esta encuesta permite un mayor conocimiento sobre las condiciones de vida de los hogares y la población en general, sobre sus ingresos y el destino que los hogares dan a estos en la adquisición de bienes y servicios.

### 3.10 Recaudación del impuesto DNT. Años 2016 a 2019

La información sobre la **recaudación del impuesto DNT** es recolectada por la coordinación de fiscalización de la Dirección General de Administración de la Subsecretaría de Gestión Administrativa del MINTURDEP.

La Ley Nacional de Turismo 25.997/05, en su artículo 24, creó el Fondo Nacional de Turismo. Entre los recursos que conforman este fondo, se encuentra el detallado en el inciso b: "El producto del

CINCO POR CIENTO (5%) del precio de los pasajes aéreos y marítimos al exterior; y los fluviales al exterior, conforme lo determine la reglamentación, vendidos o emitidos en el país y los vendidos o emitidos en el exterior para residentes argentinos en viajes que se inicien en el territorio nacional”. Desde enero de 2017, dicha alícuota se elevó al 7% (art. 24 de la Ley de Presupuesto 27.341). Este impuesto es conocido como “impuesto DNT” (por la Dirección Nacional de Turismo existente en su año de creación).

### 3.11 Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05)

Se utilizó la información relevada en la Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05), correspondientes a la segunda etapa del Censo Nacional Económico 2004/05 (CNE) realizado por el INDEC.

Cuentan con información correspondiente a la estructura de insumos y productos de cada empresa clasificada como agencia de viajes, con apertura por minoristas o mayoristas. A partir de esta información, se puede hacer una separación de las agencias según sean vendedoras de paquetes o de productos, y en armadoras de paquetes o en compradoras de paquetes. De esta manera, brinda información acerca del margen que las agencias adicionan en la comercialización de determinados productos y de paquetes turísticos.

### 3.12 Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)

La EOH es llevada a cabo por el INDEC juntamente con la DNME-MINTURDEP desde 2004, de manera ininterrumpida, con una frecuencia mensual.

Mide el impacto del turismo internacional e interno sobre el sector hotelero y parahotelero nacional. Elabora indicadores de la actividad hotelera tanto desde la perspectiva de la oferta como desde el punto de vista de la demanda.

### 3.13 Anuario Estadísticas Tributarias de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP)

El **Anuario Estadísticas Tributarias** es elaborado por la AFIP con una frecuencia anual. Presenta información sobre recaudación tributaria y la facturación en pesos corrientes por sector de actividad económica.

### 3.14 Cuenta de generación del ingreso e insumo de mano de obra (CGI)

La **cuenta de generación del ingreso e insumo de mano de obra** es realizada por la DNCN-INDEC con una frecuencia trimestral. Presenta la apertura del valor agregado a precios básicos en sus componentes: remuneración al trabajo, ingreso mixto bruto, impuestos netos de subsidios a la producción y excedente de explotación bruto. Asimismo, estima los puestos de trabajo totales con aperturas para: asalariados registrados, asalariados no registrados y no asalariados o trabajadores por cuenta propia.

## 4. Metodología CST-A. Año base 2004

### 4.1 Tabla 1. Gasto turístico receptor

De acuerdo con el marco conceptual de la CST, la tabla 1 tiene como propósito mostrar los valores del gasto del turismo receptor realizado por visitantes sobre los distintos productos turísticos seleccionados.

#### Fuentes

Las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de la CST-A son:

- **Encuesta de Turismo Internacional (ETI):** se trabajó con la información de la ETI de 2004 y su módulo ampliado realizado durante el cuarto trimestre de 2005.
- **Cuenta viajes:** se utilizaron los valores totales de ingresos (crédito) informados por la cuenta viajes y su correspondiente apertura por paso, tipología de visitante y trimestre.
- **Cuenta pasajeros:** se utilizó la información del crédito, es decir, el gasto de los viajeros no residentes en pasajes internacionales adquiridos a compañías de transporte argentinas.
- **Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05):** se utilizó la información estimada correspondiente a los márgenes de agencia incluidos en la comercialización de productos individuales y paquetes turísticos.

#### Metodología del vector de gasto del turismo receptor

Se partió del gasto total del turismo receptor (crédito) estimado por la cuenta viajes de la balanza de pagos. A partir de la información detallada de la ETI, se desagregó dicho gasto total para contar con los gastos a nivel de productos. Esta desagregación por productos se realizó para cada (i) paso, (ii) tipología de visitante y (iii) trimestre, siguiendo la apertura provista por la cuenta viajes.

Al interior de cada gran grupo de gasto se aplicó una distribución según la forma de adquisición (compra directa o por agencia) relevada en el módulo ampliado de la ETI del cuarto trimestre de 2005.

Dado que la ETI contiene información sobre una cantidad limitada de pasos fronterizos, se debieron tomar ciertas decisiones metodológicas para extrapolar los resultados de las estructuras de gastos por producto al resto de los pasos no cubiertos en el operativo. En este sentido, para cada paso faltante se tomó como información donante la de aquellos pasos similares, en primer lugar, en cuanto a distancia y, en segundo lugar, en cuanto a tipo de transporte (aéreo, terrestre o fluvial).

Una vez obtenido el gasto en dólares corrientes por producto, fue convertido a pesos corrientes con el tipo de cambio exportador promedio trimestral utilizado por la DNCN-INDEC.

Cabe mencionar que en el proceso de elaboración de este vector de gasto receptor se tuvieron en cuenta las siguientes cuestiones:

- Se despaquetizó el gasto que los viajeros informaban como “gasto en paquete turístico”. De esta forma se reasigna el valor de cada producto que conforma el paquete a la fila del producto correspondiente. La estrategia consistió en buscar imputar solo el valor de aquellos servicios incluidos en cada paquete, según lo que informaran los turistas. Se consideraron como donantes los valores promedios de los gastos realizados por turistas que no usaron

paquete turístico, agrupándolos según trimestre, país de residencia, tipo de alojamiento utilizado y motivo del viaje. Finalmente, debido al faltante de información sobre los flujos de compra y venta entre agencias locales y no residentes, se recurrió a la siguiente simplificación: dentro del vector de gasto del turismo receptivo solo se consideró el margen total de paquetes adquiridos en agencias de la Argentina. Por el contrario, el margen de los paquetes adquiridos en el exterior se excluyó del vector del gasto receptivo, al suponer que fueron producidos, en su totalidad, por operadores turísticos no residentes.

- Se aislaron los gastos en servicios individuales pagados a agencias de viaje, *tour* operadores o cualquier otro servicio de reserva, es decir, servicios contratados por fuera de un paquete turístico. Esto es, si un producto fue adquirido mediante algún intermediario a comisión, dicha comisión fue considerada como un producto diferente de aquel que se estaba adquiriendo, en conformidad con las recomendaciones del CST:RMC 2008. Nuevamente, debido a la falta de información sobre los flujos de compra y venta entre agencias locales y no residentes, se recurrió a una simplificación: dentro del vector de gasto del turismo receptivo solo se consideró el margen total de agencias por la venta de servicios de esparcimiento (como, por ejemplo, excursiones, entradas a conciertos, espectáculos y espectáculos de tango, entre otros). En forma opuesta, el margen total por la comercialización de otros servicios (transporte, alojamiento y alimentación en restaurantes) se excluyó del vector de gasto receptivo, al suponer que dichos servicios fueron adquiridos en su totalidad en agencias de viaje no residentes en la Argentina.

## 4.2 Tabla 2. Gasto turístico interno

En el marco de la realización de la CST-A, la tabla 2 contempla la información sobre el consumo del turismo interno, es decir, los gastos realizados por residentes argentinos durante sus viajes dentro de la Argentina (viaje interno) o bien, los gastos realizados por residentes argentinos en la Argentina para un viaje con destino final en el exterior (parte interna de un viaje emisor).

En el presente apartado, se tratarán de manera separada ambos tipos de gasto interno a fin de detallar adecuadamente las fuentes y la metodología utilizadas en cada uno de ellos.

### 4.2.1 Gasto interno en viajes dentro de la Argentina

#### Fuentes

Se presentan las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de la CST-A:

- **Encuesta de Viajes y Turismo de Hogares (EVyTH):** se trabajó con la base de información de la EVyTH correspondiente a 2006 proyectada para el total del país, ya que estos valores reflejan la ampliación de la muestra de la encuesta al total de la población.
- **Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05):** se utilizó la información estimada correspondiente a los márgenes de agencia incluidos en la comercialización de productos individuales y paquetes turísticos.
- **Serie de valor bruto de producción a precios básicos por rama de actividad económica:** se utilizaron los índices de valor 2006/2004 de esta serie a precios corrientes.
- **Anuario Estadísticas Tributarias de la AFIP:** se utilizaron los índices de valor a precios 2006/2004 corrientes de la serie de facturación de la rama de actividad 634-Servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico.

## Metodología

La EVyTH 2006 provee información sobre el gasto de los visitantes tanto para el total como para su apertura en diferentes productos, por las tipologías de viajeros que se investigaron en la encuesta.

Sobre esta base original de 2006 se aplicaron coeficientes, de modo tal de replicar una estructura homogénea con la definida previamente para la CST-A 2004 en cuanto a la desagregación de productos. Los ítems imputados surgieron de la combinación del producto y la forma de adquisición (en paquete turístico; por fuera del paquete turístico, pero adquirido en agencia; o de manera independiente, no por agencia), con el fin de estimar posteriormente los márgenes de agencia. Sobre la base de 2006 se aplicó la técnica de árboles de clasificación, basada en regresiones múltiples, con el fin de construir modelos específicos de imputación para cada producto y reconstruir el gasto desagregado para cada tipo de visitante.

Al igual que para la estimación del vector de gasto turístico receptor, una vez obtenido el vector de gasto turístico interno a su máxima desagregación, se tuvieron en cuenta las siguientes cuestiones:

- Se despaquetizó el gasto que los viajeros informaban como “Gasto en paquete turístico”. De esta forma se reasigna el valor de cada producto que conforma dicho paquete a la fila del producto correspondiente. La estrategia consistió en tomar como donantes las estructuras de gasto de aquellos turistas que no usaron paquete, agrupándolos según trimestre, región de origen, tipo de alojamiento utilizado y motivo del viaje. Se consideró que solo los siguientes productos eran susceptibles de estar incluidos en un paquete turístico: alojamiento, alimentación, transporte, vuelos de cabotaje, excursiones y otros servicios tales como inscripciones a congresos, entradas a espectáculos o eventos culturales, etc. Finalmente, cabe aclarar que todo el margen de agencias, tanto mayoristas como minoristas, se consideró como parte del gasto interno, ya que se asume que todos los paquetes fueron adquiridos en agencias residentes.
- Se aislaron los gastos en servicios individuales pagados a agencias de viaje, *tour* operadores o cualquier otro servicio de reserva, es decir, servicios contratados por fuera de un paquete turístico. De este modo, si un producto fue adquirido mediante algún intermediario a comisión, dicha comisión fue considerada como un producto diferente de aquel que se estaba adquiriendo, en conformidad con las recomendaciones de las CST:RMC 2008. Para concluir, cabe aclarar que todo el margen de agencias, tanto mayoristas como minoristas, se consideró como parte del gasto interno, ya que se asume que todos estos productos individuales fueron adquiridos en agencias residentes.

## Estimación para 2004

Una vez conformado el vector de consumo de turismo interno de 2006, se procedió a llevar los valores hacia 2004, a fin de hacerlos consistentes con el COU 2004.

Para ello, se asimiló cada producto a una rama de actividad y se utilizaron los índices de valor 2006/2004 a precios corrientes de la serie de valor bruto de producción a precios básicos por rama de actividad económica.

Un caso particular fue el de los servicios de reserva, dado que no se pudieron asimilar a ninguna de las ramas de actividad agregadas publicadas por el INDEC en esta serie. Por lo tanto, para el pasaje de 2006 a 2004 del gasto en este servicio se utilizó el índice de valor 2006/2004 de la facturación publicada por la AFIP para la rama de actividad 634-Servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico.

A su vez, es importante notar que los bienes incluyen, dentro de su precio final, márgenes de comercialización. Por este motivo, para ajustar los valores de compras de bienes de 2006 a 2004 se calculó la participación porcentual de estos márgenes en el precio final de cada uno de estos bienes. De esta manera, los valores de gasto en bienes adquiridos en 2006 fueron llevados a 2004, por un lado, con el índice de valor de la rama de actividad a la que mejor se asimilaban y, por el otro, con el índice de valor de la rama de “Comercio mayorista, minorista y reparaciones”.

Para todos los casos se utilizó el mismo criterio para los gastos de turistas o excursionistas.

## 4.2.2 Gasto interno en viajes al exterior

Para completar el vector del gasto interno de visitantes residentes en el territorio argentino, resta incorporar el gasto que realizan en territorio nacional para viajes con destino al exterior.

Este apartado está conformado por cuatro secciones de acuerdo con las aperturas analizadas del consumo interno del turismo emisor:

- a) los gastos en pasajes al exterior adquiridos por visitantes residentes a empresas residentes en la Argentina,
- b) todos los gastos necesarios para el traslado al punto de salida del país a fin de tomar el transporte emisor contratado (por ejemplo, los gastos en transporte, alojamiento y comida de quien viaja a una provincia diferente de la de residencia para tomar un aéreo hacia otro país),
- c) el margen de comercialización de agencias locales por la venta de paquetes turísticos con destino en el exterior,
- d) el margen de comercialización de agencias locales por la venta de productos individuales para utilizar en viajes con destino en el exterior.

### 4.2.2.1 Gasto en empresas de transporte residentes para viajes emisivos

#### Fuentes

A continuación, se detallan las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de este apartado de la CST-A:

- **Bases de datos de migraciones:** se utilizó la información correspondiente a la cantidad total de argentinos y extranjeros que cruzaron la frontera con empresas de transporte residentes en la Argentina. Cabe mencionar que la serie de datos comienza en 2010.
- **Cuenta viajes:** se usó la cantidad total de visitantes emisivos y receptivos, por vía.
- **Cuenta pasajeros:** se consideró la información del crédito, es decir, el gasto de los viajeros no residentes en pasajes internacionales adquiridos a compañías de transporte argentinas.
- **Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05):** se contó con la información estimada correspondiente a los márgenes de agencia incluidos en la comercialización de productos individuales.

## Metodología

Ante la ausencia de información relativa al gasto de viajeros residentes en pasajes internacionales adquiridos a empresas residentes para viajes al exterior, este debió ser estimado.

A partir de la información de la cuenta viajes y de las bases de migraciones, se pudo obtener el cruce entre las variables: residencia de los viajeros (residentes o no residentes en la Argentina), residencia de la empresa de transporte con la que traspasaron la frontera (residente o no residente en la Argentina) y vía de ingreso/egreso (aérea, fluvial o terrestre).

La cuenta pasajeros brinda información sobre el gasto de viajeros no residentes en pasajes internacionales adquiridos a empresas residentes en la Argentina (las exportaciones). A estas exportaciones, abiertas por vía de ingreso/egreso, se les aplicó la proporción entre viajeros residentes y no residentes que usaron empresas de transporte argentinas, obtenida a partir del cruce mencionado en el párrafo anterior. Estableciendo tal relación, se estimó el monto del gasto en empresas de transporte argentinas de los visitantes residentes para realizar viajes al exterior. Por último, manteniendo las proporciones de la distribución por tipo de transporte entre turistas y excursionistas que provee la cuenta viajes, se separó la composición de los visitantes totales entre estos dos tipos de viajeros.

En este ejercicio de estimación se asumió que todos los pasajes se compraron a través de agencias residentes en la Argentina.<sup>7</sup> Por lo tanto, dado que estos valores corresponden al “neto de agencia”, se realizó el cálculo de los márgenes de comercialización a través de los valores promedio, obtenidos a partir de la Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05) para la obtención del valor del gasto en agencias de viajes.

### 4.2.2.2 Tramo interno de los viajes emisivos

Para la estimación de este componente del gasto turístico interno solo se trabajó con el rubro de gastos en transporte.

#### Fuentes

Las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de este apartado de la CST-A:

- **Encuesta de Turismo Internacional (ETI):** se utilizó la información de las salidas totales de turistas por los aeropuertos de Ezeiza y Aeroparque, por provincia de residencia de los visitantes.
- **Encuesta de Viajes y Turismo de Hogares (EVyTH):** se tomó la información que provee esta encuesta respecto del gasto promedio por tipo de transporte (avión, auto particular, ómnibus, ferrocarril u otros), que hicieron los turistas para llegar desde sus regiones de residencia hasta la Ciudad de Buenos Aires. A su vez, se utilizó la estructura del gasto en transporte de los turistas que viajaron a destinos no reiterados dentro de la Argentina, según hayan contratado dicho transporte por agencias de viajes o no. Se trabajó con la base de información correspondiente a 2006.
- **Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05):** se usó la información estimada correspondiente a los márgenes de agencia incluidos en la comercialización de productos individuales.

<sup>7</sup> Análogamente, al no imputarse margen de agencias residentes sobre las compras de pasajes internacionales de viajeros residentes a empresas extranjeras, se asume que, de haberse utilizado agencias de viaje, estas fueron no residentes. Por lo tanto, no corresponde calcular márgenes de agencia para ellas.



## Metodología

En primer lugar, se contó con la información que provee la ETI sobre la cantidad de turistas que salieron del país vía los aeropuertos de Ezeiza o Aeroparque y la provincia en la cual residían dichos turistas.

Luego, a partir de la información de la EVyTH 2006, se obtuvo el gasto promedio por tipo de transporte (avión, auto particular, ómnibus, ferrocarril u otros) que los turistas hicieron para llegar desde sus regiones de residencia habitual hasta la Ciudad de Buenos Aires (ya que allí se encuentran los dos aeropuertos cubiertos por la ETI). A su vez, dichos valores promedio se deflactaron con el Índice de precios al consumidor elaborado por el INDEC, capítulo Transporte, para contar con valores a precios de 2004.

Utilizando estos dos conjuntos de información se obtuvo el gasto total por tipo de transporte que realizaron los turistas, según su región de residencia, para llegar a la Ciudad de Buenos Aires y tomar allí un vuelo al exterior en los aeropuertos de Ezeiza o Aeroparque.

A continuación, a partir de la estructura general que provee la EVyTH respecto de los viajes de turistas a destinos (no reiterados) dentro de la Argentina según hayan sido por agencia de viajes o no, se abrió la información del total del gasto en transporte. De esta manera, se pudo aislar el margen de comercialización de agencias de aquella proporción del gasto en transporte que se estimó había sido realizada en agencias de viajes.

Es importante mencionar que la estimación explicada en este apartado tiene varias limitaciones, las cuales se listan a continuación:

- No incluye otros gastos, además del transporte, tales como alimentos o alojamiento.
- No incluye el tramo interno del gasto de todos aquellos turistas que abandonaron el país por otro paso aéreo diferente a Ezeiza o Aeroparque.
- No incluye el tramo interno del gasto de todos aquellos turistas que abandonaron el país por otra vía diferente a la aérea.

Por todos estos motivos, la estimación realizada en este apartado se considera que es el límite inferior del total del gasto que se podría haber realizado.

### 4.2.2.3 Margen de comercialización interno de paquetes turísticos emisivos

#### Fuentes

A continuación, se detallan las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de este apartado de la CST-A:

- **Encuesta de Turismo Internacional (ETI):** se usó la información del gasto en paquetes turísticos de visitantes que contrataron un viaje al exterior y salieron del país vía los aeropuertos de Ezeiza o Aeroparque, los pasos terrestres de Cristo Redentor o San Ignacio de Loyola, o el paso fluvial del Puente Libertador General San Martín (Puerto Unzué).
- **Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05):** se utilizó la información estimada correspondiente a los márgenes de agencia incluidos en la comercialización de paquetes turísticos.

### Metodología

A partir del margen promedio de comercialización incluido en los paquetes turísticos, obtenido a partir de la ECyS 05, se calculó el monto total de margen contenido en el gasto total en paquetes turísticos (sin incluir el pasaje internacional) de aquellos turistas que viajaron al exterior vía los pasos de la ETI. Todo el margen de agencias se consideró como parte del gasto interno en agencias residentes.

#### 4.2.2.4 Margen de comercialización interno de productos turísticos individuales emisivos

### Metodología

Se consideró la misma estructura del margen de comercialización del turismo interno (abierto por margen por venta de paquetes turísticos y margen por venta de otros productos individuales, distintos de pasajes aéreos). A partir del valor estimado del margen por venta de paquetes turísticos emisivos (ver apartado 4.2.2.3), se estimó el total del margen de comercialización interno del turismo emisivo, asumiendo que la proporción de margen por la comercialización de paquetes emisivos sobre el margen total es igual a la del turismo interno. Luego, se restó de ese total el margen por la venta de paquetes emisivos (calculado en el apartado 4.2.2.3) y por la venta de otros servicios de transporte, diferentes de servicios aéreos, para viajes emisivos (ver apartado 4.2.2.1). Así, se obtuvo, por diferencia, el margen correspondiente a la comercialización del resto de productos individuales para viajes emisivos.

### 4.3 Tabla 4. Consumo turístico interior

En la tabla 4 de la CST se reúne todo el consumo turístico realizado en territorio nacional, incorporando los resultados de la tabla 1 (el gasto turístico receptor) con la tabla 2 (el gasto turístico interno), más los “Otros componentes del consumo turístico”, los cuales –según las CST:RMC 2008– deben incluir los siguientes: a) servicios asociados al alojamiento de vacaciones por cuenta propia, b) transferencias sociales turísticas en especie (salvo reembolsos) o c) otros consumos imputados.

En la presente estimación de la CST-A se ha considerado solamente el consumo imputado por el uso de segundas viviendas de uso turístico propias.<sup>8</sup> Este surge de la diferencia entre el valor del *stock* total de segundas viviendas de uso turístico para 2004 y el valor del gasto realizado por visitantes en concepto de alquiler de viviendas de uso turístico.

### 4.4 Tabla 5. Cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias

La tabla 5 de la CST resume la información de la oferta turística a partir de los distintos productos y las actividades de las industrias turísticas, con apertura detallada, y las no turísticas. A partir de esta se expone el VABIT, uno de los indicadores agregados recomendados por el CST:RMC 2008.

### Fuentes

Se presentan las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de este apartado de la CST-A:

- **Cuadro de oferta y utilización (COU), año 2004.**

<sup>8</sup> Véase más adelante la metodología de estimación correspondiente en la rama de actividad 701.

- **Información detallada de oferta provista por la DNCN-INDEC:** se trabajó con información más detallada en cuanto a la apertura de las cuentas de producción de las industrias a fin de poder distinguir la producción de las industrias turísticas respecto de las no turísticas.
- **Censos de población, años 2001 y 2010.**
- **Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares (ENGHo), año 2004:** se tomó de esta encuesta la información relativa al gasto en alquileres para realizar la valorización del *stock* de segundas viviendas de uso turístico.<sup>9</sup>

## Metodología

El manual CST:RMC 2008 propone una desagregación para los productos y las ramas de actividad a fin de poder distinguir aquellas que son características del turismo respecto de aquellas que no lo son. Para la CST-A, se ha realizado una apertura de las ramas tomando como base estas recomendaciones internacionales. Dicha apertura fue expuesta en el cuadro 4 del presente documento.

Cabe mencionar que la clasificación de ramas y subramas se corresponde con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2004 (ClnAE 2004), consistente con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme, Revisión 3.1 (CIIU Rev 3.1).

El COU 2004 fue la base de análisis para construir la oferta turística en la CST-A 2004, de manera que esta es absolutamente consistente con las cuentas nacionales.

A continuación, se detalla la metodología de estimación de cada una de las ramas consideradas características del turismo.

## Ramas de actividad características del turismo

### 1. Alojamiento para visitantes

#### 1.a. Servicios de alojamiento para visitantes no contemplados en 1.b (rama 551)

Para la CST-A se han considerado como características del turismo solo las subramas 551.1 (Servicios de alojamiento en camping) y 551.22 (Servicios de alojamiento en hoteles, pensiones y otras residencias de alojamiento temporal, excepto por hora).<sup>10</sup> No se consideró como característica del turismo la subrama 551.21 (Servicios de alojamiento en hoteles, pensiones y otras residencias de alojamiento temporal, por hora).

Dado que el COU 2004 presenta información agregada para la rama 551 en su conjunto, para lograr la apertura, se trabajó con información provista directamente por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

#### 1.b. Servicios de alojamiento asociados con todos los tipos de propiedad de casas de vacaciones (rama 701)

Para la CST-A se ha considerado como característica del turismo solo la subrama 701-A (Servicios inmobiliarios con bienes propios y arrendados), dejando de lado a la subrama 701-B (Alquiler de los

<sup>9</sup> Véase más adelante la metodología de estimación correspondiente en la rama de actividad 701.

<sup>10</sup> Cabe aclarar que, en el COU 2004, el único producto que figura dentro del VBP de esta rama de actividad (CIIU 551) es servicios de alojamiento (CPC 631). Sin embargo, el sector de alojamiento turístico presta otros servicios, además de alojamiento, tales como alimentación en restaurantes propios, servicios de *spa*, casinos, etc. Por lo tanto, en el COU 2004, la línea de servicios de alojamiento incluye todos los servicios prestados por estas ramas de actividad.

sectores productores). Dentro de la subrama 701-A se realizó un proceso de estimación para aislar exclusivamente los servicios inmobiliarios con inmuebles propios que sean segundas viviendas de uso turístico. Dicho proceso de estimación se explica a continuación.

Para estimar el valor producido por las segundas viviendas de uso turístico en 2004 se utilizó, en primer lugar, la información que arrojaron los censos de población de 2001 y 2010 respecto de las cantidades de viviendas de vacaciones, fin de semana u otro uso temporal (según la clasificación que hacen ambos censos). Y en segundo lugar, se aplicó un alquiler de mercado promedio acorde a cada tipo de vivienda y clasificado por región del país, obtenido de la ENGHo 2004.

Finalmente, el CI se obtuvo de manera proporcional a la producción de la subrama 701-A.

## **2. Industria de provisión de alimentos y bebidas (rama 552)**

Para la CST-A se han contemplado como características del turismo solo las subramas 552.11 (Servicios de expendio de comidas y bebidas en restaurantes, bares y otros establecimientos con servicio de mesa y/o en mostrador excepto en heladerías), 552.12 (Servicios de expendio de comidas y bebidas en heladerías) y 552.29 (Preparación y venta de comidas para llevar n.c.p.). No se consideró como característica del turismo la subrama 552.21 (Provisión de comidas preparadas para empresas).

Dado que el COU 2004 muestra información agregada para la rama 552 en su conjunto, para lograr la apertura, se trabajó con información provista por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP, el CI y el VAB a nivel de producto.

## **3. Transporte de pasajeros por ferrocarril (rama 601)**

Para la CST-A se ha tomado como característica del turismo solo la subrama 601.22 (Servicio de transporte ferroviario interurbano de pasajeros), dejando de lado a las subramas 601.1 (Servicio de transporte ferroviario de cargas) y 601.21 (Servicio de transporte ferroviario urbano y suburbano de pasajeros).

Debido a que el COU 2004 exhibe información agregada para la rama 601 en su conjunto, para lograr la apertura se trabajó con información de la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

## **4. Transporte de pasajeros por carretera (rama 602)**

Para la CST-A se han considerado como características del turismo solo las subramas 602.22 (Servicio de transporte automotor de pasajeros mediante taxis y remises; alquiler de autos con chofer), 602.25 (Servicio de transporte automotor interurbano de pasajeros), 602.26 (Servicio de transporte automotor de pasajeros para el turismo) y 602.27 (Servicio de transporte automotor internacional de pasajeros). Se dejan de lado las subramas 602.1 (Servicio de transporte automotor de cargas), 602.21 (Servicio de transporte automotor urbano regular de pasajeros), 602.23 (Servicio de transporte escolar), 602.24 (Servicio de transporte automotor urbano de oferta libre de pasajeros excepto mediante taxis y remises, alquiler de autos con chofer y transporte escolar) y 602.29 (Servicio de transporte automotor de pasajeros n.c.p.).

Debido a que el COU 2004 presenta información agregada para la rama 602 en su conjunto, para lograr la apertura, se trabajó con información provista directamente por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

## **5. Transporte de pasajeros por agua (ramas 611 y 612)**

Para la CST-A se han contemplado como características del turismo solo las subramas 611.2 (Servicio de transporte marítimo de pasajeros) y 612.2 (Servicio de transporte fluvial de pasajeros). No se consideraron como características del turismo las subramas 611.1 (Servicio de transporte marítimo de carga) y 612.1 (Servicio de transporte fluvial de cargas).

Dado que el COU 2004 muestra información agregada para las ramas 611 y 612, para lograr la apertura se trabajó con información provista directamente por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

## **6. Transporte aéreo de pasajeros (rama 622)**

Para la CST-A se ha tomado como característica del turismo la totalidad de esta rama, por lo que la información del VBP, el CI y el VAB surge directamente del COU 2004 publicado por el INDEC.

## **7. Alquiler de equipos de transporte (rama 711)**

Si bien se considera que la única subrama característica del turismo es la 711.1 (Alquiler de equipo de transporte para vía terrestre, sin operarios), dejando de la lado las subramas 711.2 (Alquiler de equipo de transporte para vía acuática, sin operarios ni tripulación) y 711.3 (Alquiler de equipo de transporte para vía aérea, sin operarios ni tripulación), debido a la falta de información respecto de la apertura de esta rama, se consideró la rama 711 en su totalidad como característica del turismo. Por este motivo la información del VBP, el CI y el VAB surge directamente del COU 2004 publicado por el INDEC.

## **8. Servicios complementarios para el transporte (rama 633)**

Para la CST-A se han contemplado como características del turismo solo las subramas 633.11 (Servicios explotación de infraestructura; peajes y otros derechos) y 633.31 (Servicios de hangares, estacionamiento y remolque de aeronaves).

En cuanto a la 633.31, cabe aclarar que la única parte característica del turismo es el servicio de uso de aeroestación,<sup>11</sup> que se cobra a las personas usuarias finales, ya que el resto de los servicios incluidos en esta subrama son pagados directamente por las empresas aéreas y constituyen un consumo intermedio para estas. Sin embargo, no se pudo conseguir información fiable que aislara al componente de tasas de embarque, por lo que en la CST-A la oferta de esta subrama quedó como totalmente turística, aunque desde la demanda solo se consigna el componente de tasas de embarque pagadas por los visitantes.

Debido a que el COU 2004 exhibe información agregada para la rama 633 en su conjunto, para lograr la apertura de esta rama se trabajó con información provista directamente por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

## **9. Agencias de viajes y otros servicios de reserva (rama 634)**

Para la CST-A se ha tomado como característica del turismo la totalidad de esta rama, por lo que la información del VBP, el CI y el VAB surge directamente del COU 2004 publicado por el INDEC.

<sup>11</sup> La "tasa de embarque" es la denominación común del valor al servicio de uso de la aeroestación.

## **10. Industria cultural (ramas 921 y 923)**

Para la CST-A se han considerado como características del turismo solo las subramas 921.2 (Exhibición de filmes y videocintas), 921.4 (Servicios teatrales y musicales y servicios artísticos n.c.p.), 921.9 (Servicios de espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.) y la totalidad de la rama 923 (Servicios de bibliotecas, archivos y museos y servicios culturales n.c.p.).

Para el caso de la rama 921, dado que el COU 2004 presenta información agregada, para lograr la apertura se trabajó con información provista directamente por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

En lo que respecta a la rama 923, dado que la totalidad es característica del turismo, la información del VBP, el CI y el VAB surge directamente del COU 2004 publicado por el INDEC.

## **11. Industria deportiva y recreativa (rama 924)**

Para la CST-A se ha contemplado como característica del turismo la totalidad de esta rama, por lo que la información del VBP, el CI y el VAB surge directamente del COU 2004 publicado por el INDEC.

## **12. Comercio minorista de bienes característicos del turismo específicos de cada país**

Para la CST-A se ha decidido incluir como rama característica del turismo la rama de actividad 505 (Venta al por menor de combustible para vehículos automotores y motocicletas). Esta decisión se fundamenta en el reconocimiento de que el gasto en combustibles para automotores representa una parte relevante del gasto turístico total, en especial de aquellos visitantes que utilizan el automóvil para desplazarse.

Las RIET 2008, en el párrafo 5.39, reconocen que “No puede elaborarse una lista uniforme de bienes relacionados con el turismo adquiridos para los viajes y durante los mismos que sea válida a escala mundial porque no es posible lograr una homogeneidad suficiente entre los países en términos de bienes adquiridos por los visitantes”. Y, a su vez, en el párrafo 5.38 mencionan que “...El combustible para los vehículos de motor (o para embarcaciones en los países insulares) podría representar asimismo un gasto importante en bienes en los países...”.

Desde la perspectiva del turismo, la actividad productiva asociada a los bienes adquiridos por los visitantes es la actividad comercial minorista que los pone a su disposición (RIET 2008, párrafo 5.40). Esto se debe a que ni la actividad que los produce ni otras actividades de distribución y transporte de los bienes que los hacen llegar a los minoristas están en contacto directo con los visitantes, lo que constituye una condición indispensable para considerar que una actividad está directamente al servicio de los visitantes (CST:RMC 2008, anexo 4). Es por este motivo que decidió incluirse en la CST-A la actividad comercial minorista de expendio de combustibles para automotores.

La rama de actividad 505 (Venta al por menor de combustible para vehículos automotores y motocicletas) se encuentra incluida en la rama 521/5 del COU 2004. Para obtener la información exclusiva de la rama 505 se trabajó con información desagregada provista directamente por la DNCN-INDEC. De esta manera, se obtuvo información detallada sobre el VBP a nivel de producto y sobre el total del CI y el VAB.

## **13. Otras industrias turísticas específicas de cada país**

Para la CST-A no se han identificado otras industrias turísticas adicionales.

## Productos característicos del turismo

Una vez determinadas las RCT, se replicó un análisis análogo para los productos con el fin de contrastar correctamente oferta y demanda, es decir, que los valores de oferta interna, a nivel de productos, que se compararan con la demanda turística, solo incluyeran productos que efectivamente estuvieran dentro de esta última.

Cabe aclarar que, debido a la falta de una desagregación exhaustiva sobre los productos producidos por cada subrama, se recurrió a un supuesto simplificador: que los productos característicos del turismo solo son producidos por ramas o subramas características del turismo.

En virtud de lo anterior, a partir de la identificación de los productos característicos del turismo (ver cuadro 2), al interior de cada uno de ellos, solo se consideró como característica del turismo la parte producida por las RCT. En consecuencia, toda la oferta de productos considerados característicos del turismo realizada por las subramas no RCT fue removida y reasignada a un nuevo producto no característico del turismo.

## 4.5 Tabla 6. Contrastación oferta interna y consumo turístico interior, por productos (a precios de adquisición)

Con el objetivo de obtener los indicadores agregados de **VABDT y PIBDT**, en la tabla 6 se confronta la información de las tablas precedentes: la oferta interna de la tabla 5 y el consumo turístico interior de la tabla 4.

Sin embargo, para realizar consistentemente el cotejo entre oferta y demanda, se incorporan en esta tabla, a nivel de producto, los otros componentes que deben ser adicionados al precio básico para obtener productos valuados a precio de comprador (o precio de adquisición):

- importaciones
- derechos de importación
- ajuste CIF/FOB de las importaciones
- IVA
- impuesto a los productos
- margen de comercio
- margen de transporte

### Fuentes

La fuente principal para la confección de la tabla 6 es el COU 2004 de la DNCN-INDEC. Adicionalmente, para el análisis de importaciones, se utilizó información de la cuenta pasajeros y la cuenta viajes de la DNESECI-INDEC.

## Metodología

### Oferta a precios de adquisición

El consumo turístico interior está valuado a precios de adquisición, ya que involucra los precios finalmente pagados por los visitantes en el contexto de su visita.

Por lo tanto, con el fin de comparar oferta y demanda de manera consistente, se debió valorar la oferta turística interna también a precios de adquisición y no a precios básicos, como figura en la tabla 5. Esto debe hacerse a nivel de producto, a fin de comparar la oferta de cada uno de ellos con el consumo turístico final. Para esto, a la valorización a precios básicos se sumaron los componentes de impuestos netos de subvenciones sobre los productos internos e importados, importaciones y márgenes de comercio y transporte.

El COU 2004 presenta información de estos componentes adicionales para el total de la producción de cada producto. Sin embargo, dado que en algunos casos no se consideró como turística la totalidad de un producto (ver apartado 4.4), sino solo aquella parte producida por las RCT, es necesario identificar la parte proporcional de los componentes adicionales para poder valorar dicha parte de la producción a precios de adquisición. Cuando este nivel de apertura no figura en el COU 2004, se estableció el criterio de cálculo descrito a continuación.

Partiendo del COU 2004, para obtener el valor proporcional de cada componente adicional se calculó la proporción de la producción de ese producto que fue realizada por las RCT sobre el total de su producción y se aplicó al valor total de cada componente.

$$\frac{\textit{Producción de la CPC realizada por RCT a pb}}{\textit{Producción total de la CPC a pb}} = \textit{Proporción del componente adicional (\%)}$$

### Importaciones incluidas en la oferta interna turística

La oferta turística interna, es decir, aquella disponible dentro del territorio nacional para satisfacer las necesidades de los visitantes, requiere que las importaciones se encuentren netas de los gastos directos de los residentes en el extranjero. Para algunos productos, las importaciones reflejan gastos realizados en el exterior por residentes en la Argentina, es decir, gastos de turismo emisor. Por ejemplo, la industria del alojamiento no “importa” de otro país el servicio de alojamiento que luego prestará a los visitantes en territorio nacional, sino que las importaciones en este rubro corresponden a visitantes residentes en la Argentina que realizan su gasto en otro país. Por ello, es necesaria la identificación de estos casos en el cálculo de la CST, para que no queden incluidos dentro de la oferta interna turística.

Por lo tanto, al vector de importaciones del COU 2004 se le resta, a nivel de producto, el valor correspondiente a las importaciones de la cuenta viajes y la cuenta pasajeros.



### Ratio turístico por producto

Una vez obtenida la oferta interna turística, a precios de adquisición, se está en condiciones de compararla con el consumo turístico interior. De esta forma se obtiene el **ratio turístico** para cada producto, es decir, la proporción de cada producto que ha sido consumida directamente por visitantes.

$$\frac{\text{Consumo turístico interior}}{\text{Oferta interna turística (a precios de adquisición)}} = \text{Ratio turístico por producto (\%)}$$

El ratio turístico, a nivel de producto, sirve para calcular los dos agregados más importantes: el VABDT y el PIBDT.

### Proporción turística

A partir de los ratios turísticos, a nivel de producto, se calcula la proporción turística asociada a la oferta de cada producto por industria. A tal efecto, se añade la columna de proporción turística a la derecha de cada columna correspondiente a las industrias de la economía. Esta proporción surge de la multiplicación del ratio turístico por cada industria oferente de ese producto (a nivel de línea en la tabla 6):

$$\text{Ratio turístico por producto (\%)} * \text{Oferta de la industria} = \text{Proporción turística (en valores absolutos)}$$

De esta manera, en todas las filas de la tabla 6, la suma del valor de las proporciones turísticas es igual al valor del consumo turístico interior (CST:RMC 2008).

### Ratio turístico por industria

Para cada industria, es posible establecer la proporción turística de la producción (en términos de valor) como la suma de la proporción turística que corresponde a cada una de sus producciones. Puede establecerse un ratio turístico para cada industria (la relación entre el valor total de la proporción turística y el valor total de la producción de la industria, expresada en términos porcentuales). El ratio de cada industria se aplica a los componentes del consumo intermedio y, por ende, al valor agregado de cada industria. Por lo tanto, puede establecerse para cada industria una estimación de la parte de su valor agregado bruto (a precios básicos), que corresponde a la contribución de su producción al consumo turístico interior total (CST:RMC 2008).

### VABDT y PIBDT

Una vez obtenidos los ratios turísticos por producto y por industria se puede proceder al cálculo de los dos indicadores agregados más importantes: el VABDT y el PIBDT:

$$\text{VABDT en \%} = \frac{\text{Proporción turística del VAB de todas las industrias (a precios básicos)}}{\text{VAB de los productores internos (a precios básicos)}}$$
$$\text{PIBDT en \%} = \frac{\text{Proporción turística del PIB de todas las industrias (a precios de adquisición)}}{\text{PIB de los productores internos (a precios de adquisición)}}$$

El VABDT se obtiene como la suma de las partes de valor agregado de todas las industrias y luego se calcula su proporción sobre el total de la producción de la economía, a precios básicos. Para el

caso del PIBDT generado por el consumo turístico interior, es necesario añadir al VABDT los componentes adicionales, mencionados anteriormente, con su respectiva proporción turística, calculada del mismo modo: utilizando el ratio turístico correspondiente a cada producto. Luego, nuevamente, se calcula su proporción sobre el total de la producción de la economía, pero en este caso a precios de adquisición.

### **Ajustes a partir de la contrastación entre la demanda y la oferta**

Para la mayoría de los productos, los ratios turísticos obtenidos se toman como válidos, pero en otros casos se presentan diferencias teóricamente ilógicas. Este fue el caso de a) Servicios de transporte aéreo de pasajeros y b) Agencias de viajes y otros servicios de reserva. En ambos, los ratios turísticos por producto eran muy menores a lo que lógicamente se podría esperar y a lo que indica la experiencia internacional. Por lo tanto, se reconoció que el consumo turístico interior estaba subestimado en la recopilación original de los datos.

Como principal criterio de corrección se tomó por válido el valor obtenido de la oferta interna turística a precios básicos, por ser este consistente y utilizado ya en las cuentas nacionales. Como segundo criterio, la distribución propuesta a través de la CST-A del consumo de turismo receptivo (tabla 1) también se tomó por válida, ya que es consistente con el total de los ingresos de la cuenta viajes y de la cuenta pasajeros. De allí que las modificaciones pertinentes se realizaron sobre el consumo de turismo interno.

El ajuste en Servicios de transporte aéreo de pasajeros se hizo al 100% de la oferta, pero teniendo en cuenta a los “otros viajeros” de la cuenta viajes y de la cuenta pasajeros y a los “otros viajeros” internos. Es decir, para obtener el valor final del consumo turístico interior de este servicio se igualó su total al de la oferta interna menos los gastos realizados por los “otros viajeros”, por ejemplo, viajeros que se desplazan para ser empleados por una unidad residente en el lugar de destino.

El ajuste en Agencias de viajes y otros servicios de reserva se realizó también al 100% de la oferta.

Este es uno de los ejemplos que evidencian la retroalimentación que una CST puede hacer al sistema de estadísticas de un país, al buscar consistencia entre datos de diferentes orígenes.

## **5. Metodología CST-A serie 2016-2019**

Con el objetivo de contar con indicadores más actualizados se elaboró una estrategia para estimar la CST-A para los años 2016 a 2019.

En primer lugar, cabe destacar que la selección de 2016 como inicio de esta nueva serie refiere al período a partir del cual se cuenta con información revisada de oferta, producida en el marco de la recomposición progresiva de los indicadores estadísticos de la Argentina.<sup>12</sup>

En segundo lugar, se dispone de el COU para el total de la economía en 2018, aunque con estructuras de aperturas por CPC de 2004.<sup>13</sup>

Finalmente, la información de demanda turística presenta limitaciones respecto de la desagregación por productos del gasto turístico.

<sup>12</sup> Ver Decreto 55/2016.

<sup>13</sup> Ver INDEC (2021).

Por estos motivos las estimaciones de las CST-A de 2016 en adelante se elaboraron con un menor grado de apertura a nivel de productos. A continuación, se detalla la apertura utilizada para las estimaciones:

**Cuadro 5. Clasificación de los productos, según la CST-A. Años 2016-2019**

<b>Productos</b>
A.1 Productos característicos del turismo
1.1 Servicios de alojamiento para visitantes
1.a Servicios de alojamiento en hoteles y parahoteles
1.b Propiedad de la vivienda
1.2 Servicios de provisión de alimentos y bebidas
1.3 Servicios de transporte de pasajeros
3.a Servicios de transporte aéreo de pasajeros
3.b Resto servicios de transporte de pasajeros
1.4 Agencias de viajes y otros servicios de reserva
1.5 Otros servicios
A.2 Productos no característicos

En las secciones a continuación se detalla la metodología empleada para cada sección de la estimación.

## 5.1 Gasto turístico receptor

Para la estimación del vector de gasto turístico receptor para cada uno de los años 2016 a 2019, abierto al nivel de productos expuesto anteriormente, se siguió la misma estrategia utilizada para la apertura de 2004 (ver apartado 4.1).

La única salvedad que cabe realizar corresponde a las limitaciones de la información disponible para estimar la desagregación del gasto del turismo receptivo.

A partir de la ETI se cuenta con información sobre los grandes rubros del gasto turístico para 2016 en adelante. Mientras que la estructura de gasto más desagregado (con mayor detalle al interior de cada gran rubro) corresponde a la ETI del cuarto trimestre de 2005.

La imposibilidad de cuantificar los cambios dentro de las estructuras de consumo o en las formas de contratación es que la estimación a un nivel agregado de productos (ver cuadro 5) resultó una estrategia más robusta que replicar la misma apertura utilizada para el 2004.

## 5.2 Gasto turístico interno

### 5.2.1 Gasto interno en viajes dentro de la Argentina

El punto de partida fue el gasto registrado por la EVyTH. De 2016 en adelante, se cuenta con el gasto total del viaje y el gasto en paquete turístico, si se hubiera contratado, pero sin información de los productos consumidos, por lo tanto, su desagregación debió ser imputada.

Para la estimación del vector de gasto turístico interno se corrieron los modelos de regresión construidos para cada ítem sobre los datos de 2006 (ver apartado 4.2.1). A los montos por producto

imputados originalmente se les aplicó la variación del Índice de precios implícitos (IPI) registrada entre el promedio de 2006 y el trimestre y año correspondiente al viaje. Para esto, se asignó a cada producto un IPI de la industria más semejante. Una vez obtenidos estos valores, se aplicó su participación relativa en el agregado (dentro y fuera de paquete turístico) al monto del gasto total registrado por la EVyTH.

Dado que la información de gasto desagregado debió ser imputada trabajar a un nivel menor de productos (ver cuadro 5) resultó también una estrategia de estimación más robusta que replicar la usada en 2004.

## 5.2.2 Gasto interno en viajes al exterior

Como se mencionó anteriormente, el consumo interno del turismo emisor está conformado por cuatro partes: a) los gastos en pasajes al exterior adquiridos por visitantes residentes a empresas residentes de la Argentina, b) todos los gastos necesarios para acercarse al punto de salida del país a fin de tomar el transporte emisor contratado, c) el margen de comercialización de agencias locales por la venta de paquetes turísticos con destino en el exterior y d) el margen de comercialización de agencias locales por la venta de productos individuales para utilizar en viajes con destino en el exterior.

Se utilizó la misma metodología que la de la CST-A de 2004 para todas las secciones (ver apartado 4.2.2), a excepción de los gastos en transporte aéreo, fluvial y marítimo de la sección 1, cuya metodología se expondrá a continuación.

### 5.2.2.3 Gasto en empresas residentes de transporte aéreo, marítimo o fluvial para viajes emisivos

#### Fuentes

A continuación, se detallan las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de este apartado de la CST-A:

- **Recaudación del impuesto DNT, años 2016 a 2019:** se utilizó la información correspondiente a la recaudación por mes, por empresa residente de transporte aéreo, marítimo o fluvial, para los años 2016 a 2019.
- **Encuesta de Empresas de Comercio y Servicios (ECyS 05):** se consideró la información estimada correspondiente a los márgenes de agencia incluidos en la comercialización de productos individuales.
- **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH):** se usó la información de facturación de los establecimientos, abierta por tipo de servicios prestados, para los años 2016 a 2019.

#### Metodología

Los gastos turísticos que se registran en esta parte del consumo interno del turismo emisor, como se mencionó anteriormente, corresponden al valor de los pasajes (en este caso aéreos, marítimos o fluviales) que los residentes argentinos compraron a empresas residentes. Esta es precisamente la base imponible del impuesto DNT. Por lo tanto, a partir de la recaudación de este, se calculó la facturación total de las empresas residentes, teniendo en cuenta que la alícuota era de 5% en 2016 y 7% de 2017 en adelante. Finalmente, se asume que las agencias que comercializaron dichos pasajes son residentes en la Argentina.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Análogamente, al igual que en la CST-A 2004, al no imputarse margen de agencias residentes sobre las compras de pasajes internacionales de viajeros residentes a empresas extranjeras, se asume que, de haberse utilizado agencias de viaje, estas fueron no residentes. Por lo tanto, no corresponde calcular márgenes de agencia para ellas.

### 5.3 Oferta: cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias

Como se mencionó previamente, el único año para el que las cuentas nacionales de la Argentina cuentan con un COU con relevamientos actualizados de oferta y utilización por CPC es 2004. Es decir, para 2016, 2017 y 2019 no se cuenta con la base de interrelaciones entre oferta y demanda conciliadas a nivel de productos (CPC), sino que la elaboración de las cuentas de producción de las industrias turísticas y otras industrias se realizó sobre la base de estimaciones globales *ad hoc* realizadas por la DNCN-INDEC a partir de la información disponible al momento de su elaboración. En el caso de 2018, si bien se cuenta con un COU, las RCT tienen una estimación de apertura por CPC que replica las estructuras del año base 2004.<sup>15</sup>

La decisión de no realizar estimaciones tan desagregadas a nivel de productos, sino utilizar la desagregación más agrupada presentada en el cuadro 5, permitió realizar estimaciones puntuales sobre la oferta con un menor margen de error.

En cuanto a las decisiones metodológicas sobre cada rama turística, se mantuvieron las mismas que las de la CST-A de 2004. Asimismo, se utilizó la misma desagregación de ramas (ver cuadro 4 y apartado 4.4).

### 5.4 Contratación oferta interna y consumo turístico interior, por productos (a precios de adquisición)

Debido a la inexistencia de un COU para 2016, 2017 y 2019, el ejercicio de contrastación presentó mayores desafíos, ya que no se contaba con un marco de referencia que asegurara la consistencia de la información.

El objetivo general de la etapa de contrastación para dichos años fue la construcción de un COU más reducido que solo reflejara la actividad de las industrias características del turismo, con el fin de que sea consistente con la demanda turística estimada. Para el caso de 2018, esta estimación reducida no fue necesaria, dada la existencia de un COU para el total de la economía.

Los ratios turísticos obtenidos se tomaron como válidos para la mayoría de los productos. Del mismo modo que en la CST-A de 2004, como primer criterio de corrección se tomó por válido siempre el valor obtenido de la oferta interna turística a precios básicos (aunque, para revisiones posteriores de las cuentas nacionales, los aportes realizados por la CST-A podrían generar cambios en las estimaciones de la oferta). Como segundo criterio, la distribución propuesta a través de la CST-A del consumo de turismo receptivo (tabla 1) también se tomó como dato, ya que es consistente con el total de los ingresos de la cuenta viajes y de la cuenta pasajeros. De allí que las modificaciones pertinentes se realizaron sobre el consumo de turismo interno.

Los productos que sufrieron corrección en los valores de la demanda fueron los Servicios de transporte aéreo de pasajeros, los servicios de las Agencias de viajes y otros servicios de reserva (al igual que en la CST-A de 2004) y los Servicios de alojamiento en hoteles y parahoteles.

Para el caso del ajuste realizado en Servicios de transporte aéreo de pasajeros y en Agencias de viajes y otros servicios de reserva se utilizó la misma metodología que para la CST-A de 2004 (ver apartado 4.5). Para el caso del ajuste realizado en los Servicios de alojamiento en hoteles y parahoteles se utilizó la información de facturación estimada de la EOH. Para cada año de 2016 a 2019, la demanda se iguala a total de la oferta por servicios de alojamiento, restaurantes y otros (sin incluir los ingresos por alquiler de salones ni casinos).

<sup>15</sup> Ver INDEC (2021).

## 6. Metodología de estimación de los puestos de trabajo en turismo



La tabla 7 de la CST-A, en esta primera presentación, tiene como propósito mostrar las cantidades de puestos de trabajo por sector de actividad característico del turismo y por tipo de contrato de trabajo.

Además, estas estimaciones deben guardar consistencia con la CGI, lo que permite obtener el porcentaje de puestos de trabajo de la industria del turismo sobre el total o su comparación con otros sectores de la economía.

### Fuentes

A continuación, se detallan las fuentes de información utilizadas y su relevancia para la estimación de la tabla 7 la CST-A:

- **Insumo de mano de obra:** se utilizó información de la CGI de los puestos de trabajo de las actividades económicas a un nivel de desagregación de 3 dígitos de la ClaNAE.
- **Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA):** para los puestos de trabajo asalariados privados registrados en las ramas de actividad características del turismo se usó información a 5 dígitos de apertura disponible en las estimaciones de las cuentas nacionales.
- **CNE 2003 y SIPA-OEDE:** se consideraron como fuentes auxiliares para obtener, en caso de ser necesario, mayor grado de apertura que en las fuentes de información detalladas anteriormente.

### Puestos de trabajo asalariados registrados

El principal insumo para el cálculo de los puestos de trabajo asalariados registrados en las RCT es el SIPA, por lo que se utilizaron los datos directos provenientes de dicho sistema para la mayoría de las RCT.

En particular, se mencionan los ajustes en:

- a) Las ramas de transporte ferroviario, marítimo y fluvial, donde el SIPA disponible para las cuentas nacionales presenta agregación en los puestos de trabajo de pasajeros y cargas, por lo cual se aplicaron coeficientes a partir del SIPA-OEDE a 6 dígitos para su desagregación (en el caso del ferroviario, se consideró solo el servicio interurbano de pasajeros). Para 2004 se utilizó la información del CNE 2003.
- b) Las ramas de servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia y servicios inmobiliarios a cambio de una retribución o por contrato, los puestos de trabajo se estimaron a partir de la proporción fija del VBP de segundas viviendas de uso turístico sobre el total de la rama 701 (A + B) del COU 2004.

## Puestos de trabajo de asalariados no registrados

En la mayoría de las ramas características del turismo se aplicó la relación entre puestos de trabajo asalariados no registrados y puestos de trabajo asalariados registrados de la rama de pertenecía a 3 dígitos de la CGI (este ratio se aplica sobre los puestos de trabajo asalariados estimados en el paso anterior). Cabe mencionar que, dado el nivel de desagregación por rama ofrecido por CGI (tres dígitos), los ratios calculados en la mayoría de los casos se basan en ramas que contienen, pero que no son completamente RCT.

En particular:

- a) Para las siguientes RCT se asume que no existen puestos de trabajo asalariados no registrados: Venta al por menor de combustible para vehículos automotores; Servicio de transporte ferroviario interurbano de pasajeros; Servicios de transporte automotor interurbano e internacional; Servicios de transporte aéreo de pasajeros; Peajes y otros derechos; Servicios de hangares, estacionamiento y remolque de aeronaves; Servicios inmobiliarios realizados a cambio de una retribución o por contrata n.c.p. En todos esos casos se imputa con 0.
- b) Para la RCT Agencia de viajes y complementarios, se utiliza directamente el dato proveniente de la CGI de la rama Servicios de agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico.
- c) En el caso de los Servicios de taxis y remises y de transporte automotor para el turismo, también se utiliza el criterio general. La diferencia radica en que el ratio no se calcula con base en la rama de Servicio de transporte automotor de la CGI, sino una rama creada en forma auxiliar: Servicio de transporte automotor de pasajeros (sin urbano regular ni interurbano).<sup>16</sup>

## Puestos de trabajo no asalariados

En la mayoría de los casos se recurre a una metodología similar a la de los puestos de trabajo no registrados (asalariados registrados por ratio no asalariados/asalariados registrados a partir de los datos provenientes de la CGI).

Se presentan algunas excepciones:

- a) Para las siguientes RCT, se estima que no hay empleo de no asalariados: Servicio de transporte ferroviario interurbano de pasajeros, Transporte aéreo de pasajeros, Peajes y otros derechos, Servicios de hangares, estacionamiento y remolque de aeronaves, Servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia, con bienes propios o arrendados n.c.p.
- b) En servicios de agencias de viaje, se utiliza directamente el dato de la CGI.
- c) En los Servicios de taxis y remises y de transporte automotor para el turismo, se multiplica el dato final de asalariados registrados por el ratio entre los puestos de trabajo asalariados y no asalariados de la rama auxiliar Servicio de transporte automotor de pasajeros (sin urbano regular ni interurbano).

<sup>16</sup> Los puestos de trabajo en los Servicios de transporte automotor de pasajeros (sin urbano regular ni interurbano) se calculan: 1) estimando el Servicio de transporte automotor de pasajeros, que surge del producto entre servicio de transporte automotor (SIPA) y la proporción del empleo en transporte de pasajeros sobre el total del transporte de pasajeros y carga (con base en los datos de la EPH); 2) a esta se le descuenta el empleo en transporte interurbano, que surge de las estimaciones finales de empleo en la rama Servicio interurbano terrestre (que en los asalariados registrados surge del SIPA, en asalariados no registrados se estimó 0); 3) se descuenta el empleo en Transporte de pasajeros urbano regular (que surge del ratio de empleo en transporte urbano regular) (SIPA OEDE) y el empleo en transporte interurbano, multiplicado por el dato del transporte interurbano calculado en el paso anterior.

- d) En la actividad de Venta al por menor de combustible para vehículos automotores y motocicletas; y Servicio de transporte automotor interurbano de pasajeros, se multiplica el dato de los puestos de trabajo final de asalariados registrados por el ratio de no asalariados y asalariados del CNE 2003.

## 7.

## Glosario



**Actividades características del turismo:** aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la Clasificación Central de Productos (CCP), no existe una relación personalizada estricta entre los productos y las industrias que los fabrican como sus principales productos. Dos productos de características similares, pero producidos por dos industrias diferentes de la CIIU, se clasificarían en la misma categoría de la CCP (RIET 2008, párrafo 5.11).

**Consumo turístico:** además del gasto turístico, incluye los servicios imputados asociados con alojamiento en segundas viviendas propias, transferencias sociales en especie y otros consumos imputados.

**Empleo en las industrias turísticas:** puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los puestos de trabajo en las industrias turísticas (RIET 2008, párrafo 7.9).

**Entorno habitual:** zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (RIET 2008, párrafo 2.21).

**Excursionista:** visitante del día, su viaje no incluye una pernoctación (RIET 2008, párrafo 2.13).

**Gasto turístico:** suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para estos. Incluye los gastos realizados por los propios visitantes, como así también los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET 2008, párrafo 4.2).

**Industrias turísticas:** establecimientos en los cuales la actividad principal es una actividad característica del turismo. El término “industrias turísticas” es equivalente a actividades características del turismo y, con frecuencia, ambos términos se utilizan como sinónimos en las RIET 2008.

**Producto característico del turismo:** 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 debería 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 (RIET, 2008, párrafo 5.10).

**Producto interno bruto directo turístico:** la parte del PIB de la economía total atribuible directamente al consumo turístico realizado dentro de la Argentina, ya sea por visitantes residentes o no residentes. El PIBDT puede medirse como la suma de la parte del VAB (el cual es medido a precios básicos) generado por todas las industrias de la economía en respuesta al consumo turístico realizado dentro de la Argentina más los impuestos netos sobre los productos y las importaciones incluidos en el valor de este gasto a precios de comprador (CST:RMC 2008, párrafo 4.96).



**Turismo emisor:** actividades realizadas por visitantes residentes en el país de referencia fuera de las fronteras de aquel país.

**Turismo interno:** actividades realizadas por visitantes residentes en el país de referencia dentro de las fronteras de aquel país.

**Turismo receptor:** actividades realizadas por visitantes no residentes en el país de referencia como parte de un viaje turístico.

**Turista:** visitante cuyo viaje turístico incluye al menos una pernoctación (RIET 2008, párrafo 2.13).

**Valor agregado bruto de las industrias turísticas:** suma de los valores agregados brutos de cada uno de los establecimientos pertenecientes a las ramas de actividad características del turismo, con independencia de que su producción esté orientada a visitantes o no. No incluye el valor agregado de otras industrias no turísticas en las que quienes visitan podrían haber realizado compras de bienes o servicios (CST:RMC 2008, párrafo 4.86).

**Valor agregado bruto directo turístico:** parte del valor agregado bruto generado por todas las industrias de una economía, ya sean turísticas o no, que atendieron directamente a quienes visitan en respuesta al consumo turístico que realizaron en y para sus viajes (CST:RMC 2008, párrafo 4.88).

**Visitante:** persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos (RIET 2008, párrafo 2.9).

## 8. Referencias bibliográficas



INDEC (2016). *Cuentas nacionales. Metodología de estimación. Base 2004 y series a precios constantes y corrientes.* Metodología INDEC N° 21. Recuperado de [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia\\_21\\_cuentas\\_nacionales.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia_21_cuentas_nacionales.pdf)

\_\_\_\_ (2018). *Balanza de pagos, posición de inversión internacional y deuda Externa.* Metodología INDEC N° 23. Recuperado de [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/bdp\\_pii\\_de\\_metodologia\\_23.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/bdp_pii_de_metodologia_23.pdf)

\_\_\_\_ (2021). *Cuadro de oferta y utilización (COU) 2018.* Recuperado de [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/cou\\_2018\\_08\\_21.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/cou_2018_08_21.pdf)

INE (1999). *La cuenta satélite del turismo de España.* Recuperado de <https://www.ine.es/metodologia/t35/metosateln.pdf>

Ley 27.341. Presupuesto General de la Administración Nacional para el Ejercicio 2017. InfoLEG. Buenos Aires. 30 de noviembre de 2016. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/265000-269999/269309/norma.htm>

Meis et al. (2004). *The Canadian tourism satellite account: a case study of a new tool for measuring tourism' economic contribution.*

ONU (2001). *Central Product Classification (CPC). Version 1.1. Statistical Papers, M(77).* Recuperado de [https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM\\_77ver1\\_1E.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_77ver1_1E.pdf)

\_\_\_\_ (2005). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU). Revisión 3.1. Informes Estadísticos, M(4).* Recuperado de [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_4rev3\\_1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev3_1s.pdf)

\_\_\_\_ (2010a). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008. Estudios de métodos, F(80).* Recuperado de [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf\\_80rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf)

\_\_\_\_ (2010b). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Estudios de métodos, M(83).* Recuperado de [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf)