

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

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

Período 1993-2014

DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS

FEBRERO 2016

El turismo es un fenómeno que desempeña un papel muy importante en la economía, ya que genera por sí solo un efecto multiplicador sobre la producción, el empleo y la renta en una región.

Es difícil delimitar con precisión el ámbito del turismo, ya que en realidad abarca varios sectores de la realidad económica, constituyendo lo que se denomina un sector transversal de los restantes. La medición del impacto que este fenómeno tiene en la actividad global ha sido un objetivo continuo de los expertos en materia de turismo desde mediados del siglo pasado. En los últimos años, se han producido fuertes avances a través de la elaboración de instrumentos que permitan medir el impacto económico que genera el turismo, en este sentido se destaca el desarrollo de la denominada Cuenta Satélite del Turismo (CST).

En la Argentina se encuentra en proceso de elaboración la CST. Para realizar el cálculo de la misma el Ministerio de Turismo de la Nación y el INDEC realizan las encuestas de turismo internacional y de ocupación hotelera, así como la encuesta de viajes y turismo de los hogares, que brindan la información básica requerida.

Según se establece en las recomendaciones internacionales del turismo (RIET, 2008) las autoridades regionales de turismo expresan un interés cada vez mayor por las estadísticas regionales, y por algún tipo posible de Cuenta Satélite de Turismo a nivel regional, como medio para proporcionar indicadores útiles para las empresas y organizaciones turísticas a fin de identificar posibles oportunidades de negocios, evaluar el volumen y la intensidad del negocio turístico, y determinar el grado de interconexión de las redes y de los grupos públicos y privados de turismo regional. No obstante, existen algunas limitaciones estadísticas en la producción de datos regionales, especialmente en ausencia de un marco de compilación nacional para las estadísticas de turismo. Asimismo, las estimaciones regionales de turismo podrían no ser compatibles con las de otras regiones, por lo que se menoscaba la credibilidad de las estimaciones de turismo, tanto para las regiones como para todo el país.

Teniendo presente estas limitaciones, y dado que todavía no se cuenta con un cálculo de la CST a nivel nacional, este documento intenta realizar una aproximación al valor agregado generado por el sector turístico, utilizando la estructura de cálculo del Producto Geográfico Bruto (PGB) que se realiza a nivel provincial.

El Producto Geográfico Bruto (PGB) es el equivalente provincial del Producto Bruto Interno (PBI), lo que significa que representa el valor de la oferta de bienes y servicios finales obtenidos por los productores residentes en su territorio interior, en un período de tiempo determinado.

Siguiendo las recomendaciones internacionales, los cálculos se realizan agrupando las actividades económicas conforme a la tercera revisión de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) de Naciones Unidas (1990).

A nivel nacional se han elaborado algunos estudios para tratar de cuantificar el aporte del turismo en la economía, entre ellos se destacan los realizados por la Cámara Argentina del Turismo (Sturzenegger y Porto). Esta última ha utilizado una metodología de *coeficientes fijos*, donde se aplican porcentajes fijos de participación a cada uno de los sectores económicos, por ejemplo 4% del sector agropecuario pertenece al sector turismo. Esta metodología ha sido replicada en algunos trabajos de investigación, para realizar cálculos provinciales, como por ejemplo en la provincia de Buenos Aires. Con el objetivo de realizar un aporte desde las estadísticas oficiales, dado que se cuenta con la estructura y con el grado de apertura por actividad, desarrollados para el cálculo del Producto Geográfico Bruto, se ha abordado la metodología que trabaja con las *ramas características del turismo*.

INTRODUCCIÓN

Una posibilidad de abordar la investigación del impacto económico del turismo es desde el enfoque de oferta: a través del análisis de las unidades que producen los bienes y servicios.

En este informe se intenta realizar un aporte a las estadísticas económicas del turismo **calculando el valor agregado de algunas de las ramas características del turismo (VARCT), pero dejando bien en claro, que no estamos midiendo el valor añadido bruto directo turístico (VABDT).**

“El agregado utilizado en la cuenta satélite de turismo para medir la magnitud del turismo no corresponde al valor añadido bruto de ningún conjunto de unidades. El valor añadido bruto directo turístico (VABDT) se define como la parte del valor añadido bruto generado en la economía por las industrias turísticas y otras industrias que atienden directamente a los visitantes en su oferta de bienes y servicios en respuesta al consumo turístico interior. Una parte de este agregado puede ser generada por las industrias turísticas, y otra parte del mismo también puede ser generada por otras industrias. No todo el valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT) forma parte del valor añadido bruto directo turístico (VABDT), ya que estas industrias también pueden prestar servicios a los no visitantes, del mismo modo que las industrias no turísticas pueden atender a los visitantes y generar así parte del valor añadido bruto directo turístico (VABDT)”.

Tabla 1 (en miles de pesos 1993, valores constantes)

| Años | (PGB) | (VARCT) | (VAhr) |
|------|------------|-----------|-----------|
| 1993 | 17.935.346 | 940.288 | 337.537 |
| 1994 | 19.187.990 | 959.876 | 375.981 |
| 1995 | 18.205.601 | 938.251 | 372.130 |
| 1996 | 18.741.597 | 960.294 | 358.991 |
| 1997 | 19.863.751 | 944.786 | 380.048 |
| 1998 | 21.973.552 | 968.066 | 379.550 |
| 1999 | 20.947.592 | 951.145 | 362.552 |
| 2000 | 21.433.888 | 959.912 | 356.839 |
| 2001 | 20.640.835 | 953.896 | 361.453 |
| 2002 | 19.818.281 | 851.585 | 376.855 |
| 2003 | 20.625.090 | 1.055.833 | 427.934 |
| 2004 | 21.235.509 | 1.107.969 | 437.594 |
| 2005 | 23.744.464 | 1.284.542 | 530.875 |
| 2006 | 24.870.978 | 1.357.333 | 554.362 |
| 2007 | 26.847.437 | 1.417.744 | 634.035 |
| 2008 | 28.168.527 | 1.492.225 | 643.395 |
| 2009 | 28.210.815 | 1.393.453 | 640.531 |
| 2010 | 30.260.610 | 1.450.308 | 767.446 |
| 2011 | 32.528.954 | 1.587.289 | 911.955 |
| 2012 | 32.591.811 | 1.642.440 | 1.002.079 |
| 2013 | 35.436.734 | 1.636.628 | 944.267 |
| 2014 | 36.399.478 | 1.662.618 | 943.953 |

Se registra el valor agregado de hoteles y restaurantes (VAhr).

Se muestra el valor agregado de las ramas características del turismo (VARCT) considerando las diez primeras categorías.

Durante el período analizado, la economía cordobesa creció en términos reales, a una tasa anual promedio del **3,4%**.

El crecimiento del sector de hoteles y restaurantes (VAhr) fue del **5,0%**, superior a los anteriores.

El ritmo de crecimiento anual promedio del VARCT fue del **2,8 %**.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos elaborado en base a datos propios.

Tabla 2 (en miles de pesos 1993, valores constantes)

| Años | VARCT/PGB precios constantes | VAhr/PGB |
|------|------------------------------|----------|
| 1993 | 5,2% | 1,9% |
| 1994 | 5,0% | 2,0% |
| 1995 | 5,2% | 2,0% |
| 1996 | 5,1% | 1,9% |
| 1997 | 4,8% | 1,9% |
| 1998 | 4,4% | 1,7% |
| 1999 | 4,5% | 1,7% |
| 2000 | 4,5% | 1,7% |
| 2001 | 4,6% | 1,8% |
| 2002 | 4,3% | 1,9% |
| 2003 | 5,1% | 2,1% |
| 2004 | 5,2% | 2,1% |
| 2005 | 5,4% | 2,2% |
| 2006 | 5,5% | 2,2% |
| 2007 | 5,3% | 2,4% |
| 2008 | 5,3% | 2,3% |
| 2009 | 4,9% | 2,3% |
| 2010 | 4,8% | 2,5% |
| 2011 | 4,9% | 2,8% |
| 2012 | 5,0% | 3,1% |
| 2013 | 4,6% | 2,7% |
| 2014 | 4,6% | 2,6% |

El valor agregado de las ramas características del turismo (VARCT) ha mantenido una participación promedio sobre el PGB del 4,9%. En el año 2014 tuvo una participación del

4,6%.

El valor agregado de hoteles y restaurantes (VAhr) ha mantenido una participación promedio sobre el PGB del 2,1%. En el año 2014 tuvo una participación del

2,6%.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos elaborado en base a datos propios.

Tabla 3 Participación de los sectores económicos en el producto geográfico bruto

Se muestra el aporte a la generación de valor agregado de la economía cordobesa de algunos de los sectores más relevantes de la economía: el agropecuario, el industrial, el de la construcción, y la participación del VARCT.

| Años | VARCT/PGB precios constantes | Construcción/PGB precios constantes | Agricultura/PGB precios constantes | Industria/PGB precios constantes |
|----------|------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| 1993 | 5,2% | 5,6% | 8,3% | 16,2% |
| 1994 | 5,0% | 6,3% | 8,2% | 17,3% |
| 1995 | 5,2% | 5,6% | 8,1% | 15,8% |
| 1996 | 5,1% | 4,9% | 8,1% | 16,2% |
| 1997 | 4,8% | 5,5% | 7,2% | 18,7% |
| 1998 | 4,4% | 6,3% | 10,3% | 18,2% |
| 1999 | 4,5% | 5,8% | 9,5% | 15,9% |
| 2000 | 4,5% | 5,2% | 11,9% | 14,8% |
| 2001 | 4,6% | 5,2% | 12,3% | 13,6% |
| 2002 | 4,3% | 3,9% | 14,8% | 12,1% |
| 2003 | 5,1% | 4,9% | 12,9% | 13,6% |
| 2004 | 5,2% | 5,8% | 10,1% | 15,0% |
| 2005 | 5,4% | 5,8% | 12,8% | 15,0% |
| 2006 | 5,5% | 6,4% | 11,1% | 15,6% |
| 2007 | 5,3% | 5,3% | 13,5% | 15,4% |
| 2008 | 5,3% | 5,9% | 12,9% | 15,6% |
| 2009 | 4,9% | 6,0% | 10,2% | 16,3% |
| 2010 | 4,8% | 6,5% | 10,3% | 16,5% |
| 2011 | 4,9% | 6,4% | 9,7% | 16,7% |
| 2012 | 5,0% | 5,2% | 7,6% | 15,8% |
| 2013 | 4,6% | 4,9% | 10,4% | 15,4% |
| 2014 | 4,6% | 4,6% | 11,0% | 14,0% |
| Promedio | 4,9% | 5,5% | 10,3% | 15,6% |

La participación promedio en el Producto Geográfico Bruto de las ramas características del turismo ha sido del **4,9%** a lo largo de la serie 1993-2014. Esta participación alcanzó un valor máximo en el año 2006 con el 5,5% y un valor mínimo en el año 2002 con el 4,3%.

El sector agropecuario y el sector industrial han participado en promedio con un 10,3% y un 15,6% respectivamente sobre el PGB. Puede observarse que las ramas características del turismo han realizado un aporte similar al sector de la construcción, en promedio de 4,9% y de 5,5% respectivamente.



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos elaborado en base a datos propios.

Gráficos:

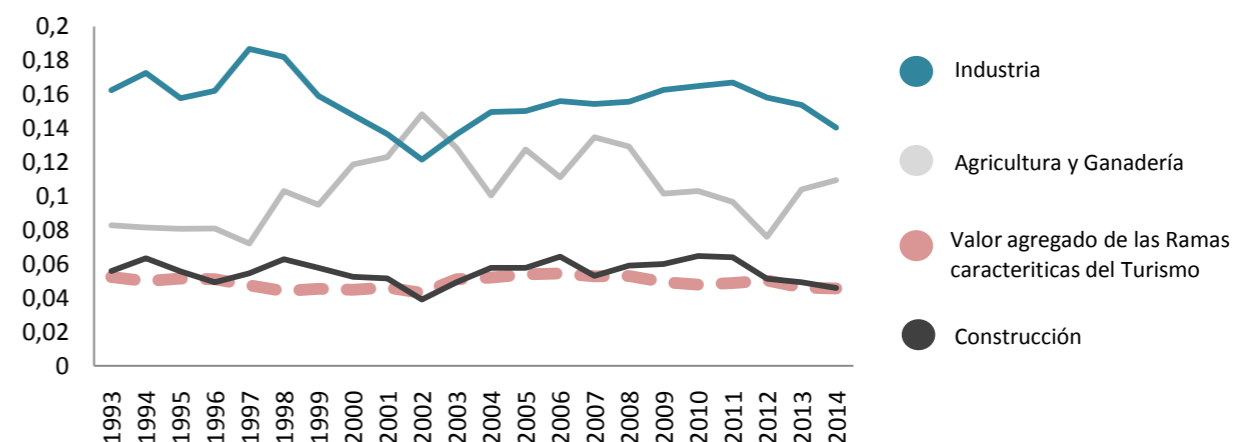
Se muestra la participación del sector agropecuario, sector industrial, sector construcción y del VARCT a lo largo del período analizado. Como se mencionó anteriormente la participación de las ramas características del turismo, es similar a la participación que tiene el sector de la construcción en la economía cordobesa. Esto nos da un indicio de la importancia del sector turismo en la economía, sin embargo para analizar el aporte total del turismo deberíamos considerar al valor añadido turístico (VABDT) y para ello, necesitamos contar con otros instrumentos. Lo que se pretende aquí es aportar un elemento adicional al análisis por el lado de la oferta del sector turismo.

Como se puede observar en el gráfico 2 presentado a continuación, en el año 2014 los sectores que se destacaron por su participación relativa dentro del PGB a valores constantes fueron la industria manufacturera, el comercio y la agricultura, ganadería, caza y silvicultura. La participación de las ramas características del turismo (VARCT), fue del 4,6%, se encontró en niveles similares a lo de construcción (4,6%) y fue superior a otros sectores de la economía.

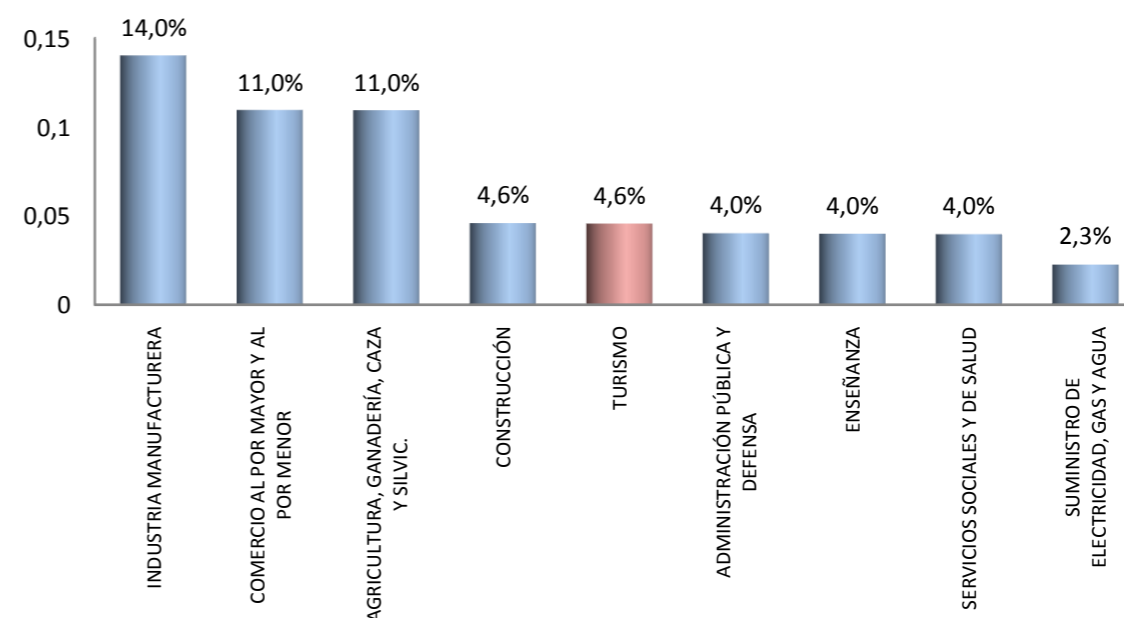
En el período analizado la participación del sector industrial rondó el 15,6%, mientras que el sector agropecuario participó en promedio con un 10,3%. La construcción promedió una participación del 5,5% y las ramas características del turismo un 4,9%.

Participación sobre el Producto Geográfico Bruto.

Período: 1993-2014



Participación en el PGB, año 2014



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos elaborado en base a datos propios.

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

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

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

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

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

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

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

DEFINICIONES METODOLÓGICA

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

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

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

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

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

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

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Cr. Juan Schiaretti

SECRETARIA GENERAL DE LA GOBERNACIÓN

Cra. Silvina Rivero

SECRETARIO DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Cr. Juan Ferreiro

DIRECTOR GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

Arq. Héctor Conti

DIRECTORA DE ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS

Lic. Mariana Díaz

ANALISTA TÉCNICO

Lic. Laura Isabel Luna