

# PROYECTO MEJORA DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA HACIA la Cuenta Satélite de Turismo de Uruguay (CSTU)

Silvia Altmark

Noviembre 2009

Serie DT (09/03)  
ISSN : 1688-6453



## **PROYECTO MEJORA DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA HACIA la Cuenta Satélite de Turismo de Uruguay (CSTU)**

### **Ejercicio experimental CSTU 2005 - 08**

#### **Reseña**

Desde mayo 2009, fecha de la última misión del consultor internacional de OMT Sr. Juan Falconí, en la que se obtuvieron los resultados del ejercicio experimental de la CSTU, el equipo de trabajo integrado por el IESTA y AIE ha redactado y analizado la metodología de trabajo utilizada para el mencionado ejercicio.

Asimismo, el 19 de agosto pasado se reunió la plataforma interinstitucional (PI) donde se presentaron los avances y se analizaron las debilidades de la información existente que es necesaria para la elaboración de la CSTU definitiva. Los integrantes de la PI realizaron propuestas de trabajo tendientes a superar esas debilidades.

En el mes de noviembre se terminó de redactar la metodología utilizada en el ejercicio experimental de CSTU, teniendo en cuentas las definiciones del Marco Conceptual de la CST y explicitando todos los supuestos realizados para obtener los resultados.

#### **INTRODUCCIÓN**

##### **Marco teórico**

La **Cuenta Satélite de Turismo (CST)** es un instrumento que reúne información económica sobre actividades turísticas, y que brinda registros continuos, confiables y comparables a nivel internacional.

La carencia de información sobre el papel creciente del turismo crea la necesidad de reunir datos sobre el turismo utilizando los mismos conceptos, definiciones y enfoques de medición que otras industrias.

Con la CST, gobiernos, empresarios y ciudadanos estarán mejor equipados para elaborar políticas públicas y estrategias empresariales para el turismo, y evaluar su eficacia.

Se trata de una cuenta satélite del marco central del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), y se relaciona a través de él con el cuerpo principal de las estadísticas económicas integradas. La estructura fundamental de la CST descansa en el equilibrio existente dentro de una economía entre la demanda de bienes y servicios que generan los visitantes y la oferta de esos bienes y servicios.

Permite medir:

- la contribución del turismo al Producto Interno Bruto (PIB);
- el número de puestos de trabajo creados por el turismo en una economía;
- las características de los recursos humanos del turismo;
- la cantidad de inversión del turismo;
- la recaudación de impuestos generada por las industrias turísticas;
- el consumo turístico;
- la incidencia del turismo en la balanza de pagos de un país.

El concepto de turismo es más limitado que el de viaje. Realizan turismo quienes viajan fuera de su entorno habitual por un período menor al año y por un propósito principal diferente a ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado. Ser visitante es una situación transitoria, relacionada a un viaje determinado. Una vez que se terminó el viaje el individuo pierde su condición de visitante.

El turismo es un fenómeno único y se define por el consumidor o el visitante. Los visitantes adquieren bienes y servicios tanto turísticos como no turísticos. La clave, desde el punto de vista de la cuantificación, es asociar sus compras con el suministro total de esos bienes y servicios dentro de un país.

La mayoría de las actividades económicas asociadas a los visitantes ocurre fuera de su entorno habitual. Entorno habitual es el área geográfica en la cual un individuo lleva su rutina regular de vida. Determina si es visitante o no de una determinada localidad.

Las Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas Turísticas 2008 explícitamente excluyen las segundas residencias utilizadas como casas de vacaciones del entorno habitual, de acuerdo a la distancia del entorno habitual, la frecuencia de la visita y la estadía.

El **Gasto Turístico** se define como la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios para y durante los viajes por turismo. Incluye el gasto monetario en bienes y servicios pagado directamente por el empleador a sus empleados en viajes de negocios, el pago monetario por el visitante retribuido por un tercero (negocios, gobierno, etc) otro hogar o el esquema social. Incluye los pagos realizados por los visitantes en eventos deportivos, o eventos culturales, o por terceros. El gasto turístico no incluye otro tipo de pagos realizados por los visitantes, como: impuestos, intereses, etc.

El concepto de **Consumo Turístico** va más allá del concepto de gasto turístico. Incluye servicios asociados a alojamiento por cuenta propia. Más precisamente incluye: el valor imputado a transacciones de trueque (intercambio de segundas residencias), el valor imputado a la fruta y verdura producida por cuenta propia en la casa de vacaciones, la pesca, la caza resultado de actividades recreativas.

El costo neto de recibir visitas, ya que aumenta el gasto en comida, invitaciones, regalos.

La parte del valor que el SCN 93 califica como Consumo del Gobierno en servicios no de mercado, por ejemplo, educación, servicios sociales, salud, museos, servicios de recreación, pueden ser considerados como un beneficio para los visitantes y que el SCN 93 describe como transferencia en especie.

El Consumo Turístico no está restringido a las transacciones no monetarias, excluye las compras de comercio exterior "informal"

El SCN 93 considera parte de la Formación Bruta de Capital Fijo la adquisición de segundas residencias, así como las mejoras y las reparaciones, la CST seguirá reglas similares. Es excluido del consumo turístico pero se contabilizará como parte de la Formación Bruta de Capital Fija Turística.

El consumo turístico sucede cuando la posesión del bien es transferida o cuando el servicio es brindado a y consumido por el visitante. Ese momento puede ser diferente al momento de pago.

El gasto turístico incluye la adquisición para y durante el viaje. Cuando ocurre antes del viaje, el gasto turístico sólo incluye la adquisición de servicios relacionados con el viaje o de bienes en pequeñas unidades con la intención de ser usados durante el viaje, así como los bienes de consumo duradero. Todas las adquisiciones realizadas durante el viaje están incluidos en el gasto turístico independientemente de su valor. La misma regla se aplica para el consumo turístico.

El concepto de consumo turístico será usado en la CST y deberá ser la base para la compilación del Valor Agregado directo del turismo y del Producto Bruto total directo del turismo.

### Formas de Turismo y categorías de consumo turístico

1. TURISMO DOMÉSTICO	a. CONSUMO TURÍSTICO DOMÉSTICO
2. TURISMO RECEPTIVO	b. CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR
3. TURISMO EMISIVO	c. CONSUMO TURÍSTICO EMISOR
4. TURISMO INTERIOR (1+2)	d. CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR (a+b)
5. TURISMO NACIONAL (1+3)	e. CONSUMO TURÍSTICO NACIONAL (a+c)

### Perspectiva de la oferta

Clasificación de productos y actividades productivas del turismo

#### 1. Productos

Además de los productos de consumo se incluyen todos los productos que circulan en la economía de referencia y tienen alguna relación con el turismo. De esos productos se definen dos importantes subgrupos: *Productos de consumo* y *Productos de no consumo*.

Dentro de los *Productos de consumo* se encuentran los productos característico del turismo, con dos subcategorías: **Productos característicos del turismo internacionalmente comparables** y los **productos característicos del turismo específicos de cada país**.

Asimismo, se incluyen otros productos de consumo, con dos subcategorías: **Productos conexos al turismo** y el consumo de **productos no relacionados al turismo**.

*Productos de no consumo*: incluye todos los productos que por su naturaleza no pueden ser parte del gasto turístico ni del consumo, excepto aquellos que se

## METODOLOGÍA DE LA CSTU

pueden valorar, dos subcategorías: Valuables y otros productos de no consumo: incluye FBKF y el consumo colectivo.

Lista de categorías de productos de consumo turístico característicos y Actividades características del turismo	
Productos	Actividades
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de comida y bebida	2. Actividades de servicios de comidas 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 reserva	8. Actividades de Agencias de viajes y otros servicios de reserva
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios de deporte y de recreación	10. Actividades de deporte y de recreación
11. Bienes característicos del turismo específicos del país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo específicos del país
12. Servicios característicos del turismo específicos del país	12. Actividades característicos del turismo específicos del país

### Agentes involucrados

Plataforma Interinstitucional:  
Banco Central del Uruguay  
Dirección Nacional de Migración – MI  
Facultad de Ciencias Económicas y Administración – UDELAR  
Instituto Nacional de Estadística

Otras organizaciones: Dirección General Impositiva, Banco de Previsión Social, Cámara Uruguaya de Turismo

### Fuentes de información utilizadas en la CST experimental para Uruguay

Tabla 1	Encuesta Turismo Receptivo (1)
Tabla 2	Resultado Tabla 9
Tabla 3	Encuesta de Turismo Emisivo (1)
Tabla 4	Agregación Tabla 1 y 2
Tabla 5	Cuadro Oferta Utilización 2005 (2)
Tabla 6	Cuadro Oferta Utilización 2005 (2)
Tabla 7	Diferencia Tabla 5 y Tabla 6
Tabla 8	Desagregación Tabla 7
Tabla 9	Estimación de Turismo Doméstico como diferencia, partiendo de la igualdad Oferta - Demanda
Tabla 10	Cálculo del PIBT

(1) Ministerio de Turismo y Deporte - (2) Banco Central del Uruguay

Fuente de información: COU 05, la desagregación de productos es menor que la del COU 97, por lo que para algunos rubros se aplicó la estructura de este último

## METODOLOGÍA DE LA CSTU

y en algún caso se utilizó la desagregación propuesta por el consultor internacional en base a su experiencia.

La numeración de la Tablas que describen la actividad de turismo que se presentan a continuación sigue el criterio utilizado por el Consultor OMT, en su misión para el ejercicio de la CSTU. Sin embargo, en las Recomendaciones sobre el Marco Conceptual de la CST se podrán encontrar presentaciones de dichas tablas en orden diferente.

**Tabla 1: Gasto de Turismo Receptivo**

El gasto de turismo receptivo describe todos aquellos gastos en productos específicos y no específicos del turismo, realizados por no residentes que visitan nuestro país.

Para esta tabla se trabajó en base a los datos de la encuesta de turismo receptivo elaborada por el Ministerio de Turismo y Deporte (MINTUR), que provee información sobre alojamiento, alimentación y bebidas, segundas residencias y otros. Para el resto de los rubros se tomaron opiniones de informantes calificados (Banco Central del Uruguay, Instituto Nacional de Estadística y MINTUR), de manera de lograr la apertura de rubros necesaria para completar la tabla.

A partir del mes de abril de 2009 se comenzó a implementar un nuevo cuestionario por parte del Ministerio de Turismo, con una apertura del gasto más adecuada a las necesidades del ejercicio para la Cuenta Satélite de Turismo del Uruguay (CSTU).

La estructura del gasto de turismo receptivo quedó conformada como se muestra a continuación en Tabla 1.

**REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY**

**Tabla 1: Gasto de Turismo Receptivo**

**Año 2005**

**En miles de pesos uruguayos y porcentaje**

<b>Productos</b>	<b>Gasto Total</b>	<b>%</b>
<b>A. Productos Específicos</b>	<b>14.792.737</b>	<b>91%</b>
<b>A.1 Productos Característicos</b>	<b>14.305.064</b>	<b>88%</b>
1.1 Servicios de Alojamiento	3.576.266	22%
1.2 Servicios de segundas residencias	1.788.133	11%
1.3 Servicios de comida y bebida	3.088.593	19%
1.4 Servicios de transporte terrestre	1.463.018	9%
1.5 Servicios de transporte por agua	1.788.133	11%
1.5 Servicios de transporte aéreo	1.788.133	11%
1.6 Servicios de Agencias de Viajes	325.115	2%
1.7 Servicios Culturales	325.115	2%
1.8 Servicios financieros	162.558	1%
<b>A.2 Productos conexos</b>	<b>487.673</b>	<b>3%</b>
2.1 Otros productos turísticos (1)	487.673	3%
<b>B. Productos No específicos</b>	<b>1.463.018</b>	<b>9%</b>
<b>Total</b>	<b>16.255.755</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de Turismo y Deporte / IESTA FCEA - UDELAR

**Tabla 2: Gasto de Turismo Doméstico**

El gasto de turismo doméstico mide el gasto en productos específicos y no específicos del turismo realizado por residentes en la propia economía.

Para la obtención del gasto de turismo doméstico y poder distribuirlo entre las categorías de productos característicos, conexos y otros no específicos, fue necesario realizar la diferencia entre el Valor Bruto de Producción turística y el gasto correspondiente a las otras modalidades de turismo (receptivo y emisor). Ver tabla 5, la fila de gasto de turismo doméstico de la Demanda.

Esto fue así pues no se contó con datos de turismo doméstico que presentaran la apertura necesaria a los efectos de completar esta tabla.

Debemos mencionar que el MINTUR contaba con una encuesta puntual de turismo doméstico del año 2005, realizada por Equipos Mori, pero esta no presentaba la apertura necesaria.

A partir del mes de agosto del año 2007 se incorporó un módulo específico de turismo interno en la Encuesta Continua de Hogares (ECH) del INE, que presenta aun algunas limitantes en cuanto a los períodos considerados (no son calendario) en cuanto al momento de colocar la encuesta (dificulta la recordación del encuestado, en particular de los viajes no regulares) y el gasto relevado no se encuentra totalmente ajustado a las necesidades CST.

**REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY**

**Tabla 2: Gasto de Turismo Doméstico**

**Año 2005**

**En miles de pesos uruguayos y porcentaje**

<b>Productos</b>	<b>Gasto Total</b>	<b>%</b>
<b>A. Productos Específicos</b>	<b>16.040.592</b>	<b>92%</b>
<b>A.1 Productos Característicos</b>	<b>14.921.607</b>	<b>84%</b>
1.1 Servicios de Alojamiento	1.863.736	11%
1.2 Servicios de segundas residencias	2.759.262	16%
1.3 Servicios de comida y bebida	1.987.007	11%
1.4 Servicios de transporte terrestre	5.185.166	30%
1.5 Servicios de transporte por agua	77.934	0%
1.5 Servicios de transporte aéreo	688.346	4%
1.6 Servicios de Agencias de Viajes	35.857	0%
1.7 Servicios Culturales	1.583.569	9%
1.8 Servicios financieros	740.729	4%
<b>A.2 Productos conexos</b>	<b>1.118.984</b>	<b>6%</b>
2.1 Otros productos turísticos (1)	1.118.984	6%
<b>B. Productos No específicos</b>	<b>1.431.711</b>	<b>8%</b>
<b>Total</b>	<b>17.472.303</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR



**Tabla 3: Gasto de Turismo Emisivo**

El gasto de turismo emisivo mide el gasto en productos específicos y no específicos del turismo, realizado por parte de residentes de la economía en el exterior.

Para el armado de esta tabla se contó como insumo con los resultados de la encuesta de turismo emisivo elaborada por el MINTUR, que sin embargo no presentaban la información con la desagregación adecuada del gasto.

Se trabajó entonces en base a la estructura que surge de la encuesta de abril 2009 implementada en forma paralela con la de turismo receptivo.

También se tomaron en cuenta opiniones de informantes calificados (BCU, INE y MINTUR), de manera de obtener la apertura de rubros necesaria para completar la tabla.

**REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY**

**Tabla 3: Gasto de Turismo Emisivo**

**Año 2005**

**En miles de pesos uruguayos y porcentaje**

<b>Productos</b>	<b>Gasto total</b>	<b>%</b>
<b>A. Productos Específicos</b>	<b>6.201.591</b>	<b>92%</b>
<b>A.1 Productos Característicos</b>	<b>5.931.957</b>	<b>88%</b>
1.1 Servicios de Alojamiento	1.752.624	26%
1.2 Servicios de segundas residencias	-	0%
1.3 Servicios de comida y bebida	1.415.581	21%
1.4 Servicios de transporte terrestre	337.043	5%
1.5 Servicios de transporte por agua	808.903	12%
1.5 Servicios de transporte aéreo	1.145.946	17%
1.6 Servicios de Agencias de Viajes	202.226	3%
1.7 Servicios Culturales	202.226	3%
1.8 Servicios financieros	67.409	1%
<b>A.2 Productos conexos</b>	<b>269.634</b>	<b>4%</b>
2.1 Otros productos turísticos (1)	269.634	4%
<b>B. Productos No específicos</b>	<b>539.269</b>	<b>8%</b>
<b>Total</b>	<b>6.740.860</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

## METODOLOGÍA DE LA CSTU

**Tabla 4: Gasto de Turismo Interior**

El concepto de turismo interior comprende al de turismo receptivo y al de turismo doméstico, reflejando así el comportamiento de todas las personas que realizan turismo dentro de las fronteras del país, ya sean residentes o no de dicha economía.

Esta tabla refleja entonces la suma del gasto de turismo receptivo y del gasto de turismo doméstico en productos específicos y no específicos del turismo.

### REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Table 4: Gasto de Turismo Interior

Año 2005

En miles de pesos uruguayos y porcentaje

Productos	Total Gasto Turismo Receptivo	%	Total Gasto Turismo Doméstico	%	Total Gasto Turismo Interior	%
	1		2		1+2	
<b>A. Productos Específicos</b>	<b>14.792.737</b>	<b>91%</b>	<b>16.040.592</b>	<b>92%</b>	<b>30.833.329</b>	<b>91%</b>
<b>A.1 Productos Característicos</b>	<b>14.305.064</b>	<b>88%</b>	<b>14.921.607</b>	<b>84%</b>	<b>29.226.672</b>	<b>87%</b>
1.1 Servicios de Alojamiento	3.576.266	22%	1.863.736	11%	5.440.002	16%
1.2 Servicios de segundas residencias	1.788.133	11%	2.759.262	16%	4.547.395	13%
1.3 Servicios de comida y bebida	3.088.593	19%	1.987.007	11%	5.075.600	15%
1.4 Servicios de transporte terrestre	1.463.018	9%	5.185.166	30%	6.648.184	20%
1.5 Servicios de transporte por agua	1.788.133	11%	77.934	0%	1.866.068	6%
1.5 Servicios de transporte aéreo	1.788.133	11%	688.346	4%	2.476.479	7%
1.6 Servicios de Agencias de Viajes	325.115	2%	35.857	0%	360.972	1%
1.7 Servicios Culturales	325.115	2%	1.583.569	9%	1.908.685	6%
1.8 Servicios financieros	162.558	1%	740.729	4%	903.287	3%
<b>A.2 Productos conexos</b>	<b>487.673</b>	<b>3%</b>	<b>1.118.984</b>	<b>6%</b>	<b>1.606.657</b>	<b>5%</b>
2.1 Otros productos turísticos (1)	487.673	3%	1.118.984	6%	1.606.657	5%
<b>B. Productos No específicos</b>	<b>1.463.018</b>	<b>9%</b>	<b>1.431.711</b>	<b>8%</b>	<b>2.894.729</b>	<b>9%</b>
<b>Total</b>	<b>16.255.755</b>	<b>100%</b>	<b>17.472.303</b>	<b>100%</b>	<b>33.728.058</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

**Tabla 5: Producción de Productos Turísticos**

Esta tabla presenta una doble perspectiva de la actividad turística. La perspectiva de la Oferta, es decir, de la producción y disponibilidad total de productos turísticos, y la perspectiva de la Demanda, esto es, el gasto realizado en los diferentes productos turísticos.

# METODOLOGÍA DE LA CSTU

REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY  
 Tabla 5: Producción de Productos Turísticos  
 Año 2005  
 En miles de pesos uruguayos y porcentaje

Productos	Servicios de Alojamiento	Servicios de segundas residencias	Servicios de comida y bebida	Servicios de transporte terrestre	Servicios de transporte por agua	Servicios de transporte aéreo	Servicios de Agencias de Viajes	Servicios Culturales	Servicios financieros	Otros productos turísticos	Productos No específicos
Valor Bruto de Producción	4.422.766	3.697.069	4.126.504	5.405.028	1.517.128	2.013.398	293.473	1.551.776	903.287	1.306.225	2.353.438
Importaciones	1.752.624	0	1.415.581	337.043	808.903	1.145.946	202.226	202.226	67.409	269.634	539.269
Impuestos	1.017.236	850.326	949.096	1.243.156	348.939	463.081	67.499	356.908	0	300.432	541.291
<b>Oferta</b>	<b>7.192.626</b>	<b>4.547.395</b>	<b>6.491.181</b>	<b>6.985.227</b>	<b>2.674.971</b>	<b>3.622.425</b>	<b>563.198</b>	<b>2.110.910</b>	<b>970.696</b>	<b>1.876.291</b>	<b>3.433.998</b>
Gasto de turismo receptivo	3.576.266	1.788.133	3.088.593	1.463.018	1.788.133	1.788.133	325.115	325.115	162.558	487.673	1.463.018
Gasto de turismo doméstico	1.863.736	2.759.262	1.987.007	5.185.166	77.934	688.346	35.857	1.583.569	740.729	1.118.984	1.431.711
Gasto de turismo emisor	1.752.624	0	1.415.581	337.043	808.903	1.145.946	202.226	202.226	67.409	269.634	539.269
<b>Demanda</b>	<b>7.192.626</b>	<b>4.547.395</b>	<b>6.491.181</b>	<b>6.985.227</b>	<b>2.674.971</b>	<b>3.622.425</b>	<b>563.198</b>	<b>2.110.910</b>	<b>970.696</b>	<b>1.876.291</b>	<b>3.433.998</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

**Tabla 6: Tabla de Oferta del Turismo**

En esta tabla se describe la oferta de los diferentes productos turísticos, asociados a las actividades productivas respectivas. Se obtiene para cada actividad el valor bruto de producción.

La tabla presenta los coeficientes técnicos de cada sector productivo, que permiten distinguir que parte del total de la producción corresponde a consumo intermedio (insumos utilizados por el sector), y por diferencia, que parte es valor agregado bruto turístico (valor que mide el esfuerzo productivo de transformar dichos insumos en productos).

# METODOLOGÍA DE LA CSTU

REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Tabla 6: Tabla de Oferta del Turismo

Año 2005

En miles de pesos uruguayos y porcentaje

Productos Actividades	Servicios de Alojamiento	Servicios de segundas residencias	Servicios de comida y bebida	Servicios de transporte terrestre	Servicios de transporte por agua	Servicios de transporte aéreo	Servicios de Agencias de Viajes	Servicios Culturales	Servicios financieros	Otros productos turísticos	Productos No específicos	Total de Producción de Productos	Oferta total (pb)
<b>A. Actividades Específicas</b>													
<b>A.1 Actividades Características</b>													
1.1 Alojamiento	4.422.766												
1.2 Servicios de segunda residencia		3.697.069											
1.3 Restaurants			4.126.504										
1.4 Transporte Terrestre				5.405.028									
1.5 Transporte por Agua					1.517.128								
1.5 Transporte aéreo						2013397,568							
1.6 Agencias de viaje							293473,1009						
1.7 Servicios culturales								1551776,03					
1.8 Servicios financieros									903287,0239				
<b>A.2 Actividades conexas</b>													
2.1 Otros servicios turísticos (1)										1306225			
<b>B. Actividades no específicas</b>											2353438,261		
<b>Total</b>	<b>4.422.766</b>	<b>3.697.069</b>	<b>4.126.504</b>	<b>5.405.028</b>	<b>1.517.128</b>	<b>2.013.398</b>	<b>293.473</b>	<b>1.551.776</b>	<b>903.287</b>	<b>1.306.225</b>	<b>2.353.438</b>	<b>27.590.092</b>	<b>27.590.092</b>
<b>Coefficiente Técnico (CT) = ( CI/VBP)</b>	0,20	0,00	0,20	0,14	0,13	0,12	0,09	0,03	0,09	0,46	0,04		
<b>Consumo Intermedio Turístico = ( CT * VBP)</b>	884.553	0	825.301	756.704	197.227	241.608	26.413	46.553	81.296	605.741	94.138	<b>3.759.532</b>	
<b>Valor Agregado Turístico</b>	3.538.213	3.697.069	3.301.203	4.648.324	1.319.901	1.771.790	267.061	1.505.223	821.991	700.484	2.259.301	<b>23.830.560</b>	
<b>Participación del Turismo (%)</b>	16%	13%	15%	20%	5%	7%	1%	6%	3%	5%	9%	<b>425.018.448</b>	

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

## **Tabla 7: Valor Bruto de la Producción de las Industrias Turísticas y Otras Industrias**

La tabla 7 muestra el total del valor de la producción turística desagregada en las actividades específicas y no específicas del turismo.

Para el cálculo de cada concepto se realizaron una serie de análisis y supuestos, que se describen a continuación.

### **A. Actividades Específicas**

#### **A.1 Actividades Características**

##### 1. Servicios de alojamiento

Incluye todos los servicios de alojamiento para visitantes (residentes y no residentes). Esta actividad está representada en la clasificación por industrias del BCU en la categoría H.55 Hoteles y Restaurantes.

#### SUPUESTOS

- En base a la estructura que surge del COU 97 del BCU y sugerencias del consultor OMT se desagrega el dato correspondiente a Servicios de alojamiento y suministro de comidas y bebidas suponiendo que el 22% corresponde a servicios de alojamiento y el resto a servicios de restauración.
- Se estima que el 95% de la Oferta nacional de los Servicios de alojamiento es utilizada por los Hogares, tanto residentes como no residentes, por motivos turísticos.

##### 2. Servicios de segunda residencia

Los servicios de segunda residencia incluyen la imputación de un alquiler por el uso de los dueños de las segundas residencias propias.

Comprende la segunda residencia de no residentes. Este rubro está incluido en la categoría K.70 Actividades Inmobiliarias de la clasificación por industria del BCU

En esta misma línea y a sugerencia del Consultor OMT, se incluyen los servicios de alquiler de viviendas a residentes y no residentes.

#### SUPUESTOS

- Se estima que el 7% de la producción de los bienes inmuebles corresponde a segundas residencias de residentes y no residentes, supuesto de consultor internacional.

##### 3. Restauración (servicio de comida y bebida)

Incluye alimentos y bebidas consumidos en restaurantes, cafés, bares, tabernas y clubes. En el COU 2005 publicado por el BCU esta actividad se encuentra incluida en la categoría H.55 Hoteles y Restaurantes.

#### SUPUESTOS

- En base a la estructura que surge del COU 97 del BCU y sugerencias del consultor OMT se desagrega el dato correspondiente a Servicios de alojamiento y suministro de comidas y bebidas suponiendo que 78% corresponde a comidas y bebidas.
- Se estima que 25% de suministro de comidas y bebidas, para el año 2005, corresponde a consumo turístico de residentes y no residentes.

## **Servicios de transporte**

Incluye: desplazamientos desde la terminal de transporte de origen a la de destino, desplazamiento entre terminales de transporte y lugares de alojamiento, desplazamiento a y desde la residencia del visitante y todos los lugares visitados a través de vehículo propio y excursiones realizadas desde el destino.

### 4. Servicio transporte pasajeros por carretera

Para el ejercicio se utilizó la rama de Cuentas Nacionales I.60 que incluye ómnibus urbanos, interdepartamentales e internacionales, taxis, remises, transporte escolar.

#### SUPUESTOS:

- Tomamos el I.60ST del COU 2005 y separamos transporte por carretera de carga y de pasajeros según estructura del COU 97.
- Del total de transporte por carretera de pasajeros supusimos que el 45% corresponde a turismo, según sugerencia del consultor OMT.

Para los siguientes servicios de transporte de pasajeros por agua, transporte aéreo de pasajeros, y actividades de agencias de viajes se utilizó la división I.RR del COU 2005 que también incluye servicios auxiliares de transporte que serán descritos en el punto A.2 correspondiente a productos conexos. Para completar las tablas precisamos abrir dicho rubro y para ello se supuso constante la estructura del COU 97 que sí presentaba esa apertura.

### 5. Servicio transporte pasajeros por agua

#### SUPUESTOS:

- En los datos disponibles en el COU 2005 no está discriminado transporte de carga del de pasajeros, pero CCNN estima que para ese año el 65% corresponde a carga.
- Del 35% restante, correspondiente a transporte de pasajeros por agua, se estima que el 80% corresponde a turismo.

### 6. Servicio transporte aéreo de pasajeros

#### SUPUESTOS:

- Según datos CCNN para 2005 el 90% de la producción del sector fue para pasajeros, el resto es carga.
- Se estima que el 95% del valor de transporte aéreo de pasajeros corresponde a turismo.

### 7. Agencias de viaje y similares

#### SUPUESTOS:

- En el COU 2005 el código I.RRTT.0.0 describe las actividades de Servicios de transporte por vía acuática; vía aérea; servicios complementarios y auxiliares al transporte; servicios de agencias de viajes.

## METODOLOGÍA DE LA CSTU

A sugerencia del consultor de OMT se consideró que Servicios auxiliares al transporte representa un 14% del total del código I.RRTT.0.0 y el 10% de este subgrupo se corresponde con el servicio de agencias de viajes.

- El 100% de la producción de agencias de viaje está destinado a turismo

Se podría considerar otra alternativa, aplicar la estructura del COU 97 al COU 2005 para identificar servicios auxiliares de transporte y aplicar un porcentaje para obtener el peso de las agencias de viaje (según sugerencia de CCNN ese porcentaje sería del 12% de servicios auxiliares de transporte para el año 2005).

### 8. Servicios culturales y Actividades deportivas

Incluye Servicios de cinematografía, teatros, actividades de agencias de noticias, actividades culturales, actividades deportivas y otras de esparcimiento.

#### SUPUESTOS:

- Según consultor OMT se estima que los servicios de cinematografía, teatros, actividades de agencias de noticias, actividades culturales, actividades deportivas y otras de esparcimiento, son un 20% del total producido por la categoría O.TTTT correspondiente a Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales del COU 2005.
- De acuerdo a supuesto del consultor de OMT el 40% de estos servicios se relaciona con turismo.

### 9. Servicios turísticos financieros

#### SUPUESTOS:

- En CCNN lo que se acerca a estos servicios estaría descrito en la categoría J.TTTT.0.0 Servicios de Intermediación Financiera
- Se aplica el supuesto del consultor de OMT de que el 3% de los servicios financieros está destinado a turismo.

## **A.2 Actividades conexas**

Las actividades conexas están descritas en las siguientes categorías:

K.RRTT.0.0 Servicios de alquiler de maquinaria, servicios de informática, investigación y desarrollo y otros servicios prestados a las empresas - Servicios prestados a las empresas

L.75TT.0.0 Servicios de gobierno central excepto enseñanza y salud y de gobiernos departamentales; servicios de seguridad social de afiliación obligatoria - Servicios de administración pública

G.TTTT.0.0 Servicios comerciales al por mayor y al por menor, servicios de reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos. - Servicios de venta y reparación de automotores

Se sumaron los totales de estas tres divisiones y según sugerencia del consultor de OMT el 1% estaría destinado a turismo.



## **B. Actividades no específicas**

En este concepto se describen los servicios de comercio al por menor.

### **SUPUESTOS**

- Se incluyen: Cereales y otros cultivos n.c.p.; servicios agrícolas aplicados a estos cultivos, Hortalizas y legumbres; productos de árboles frutales, uvas, y plantas cuyas hojas o frutas se utilizan para preparar bebidas o especias; servicios agrícolas aplicados a estos cultivos, Leche sin elaborar y productos lácteos elaborados en predio; servicios ganaderos aplicados a la producción de leche, Productos de la cría de animales excepto leche sin elaborar; servicios ganaderos, Productos de la pesca, Petróleo crudo y gas natural; arena, arcilla, piedra caliza y otros minerales; servicios relacionados con la extracción de dichos productos, Carnes y productos del procesamiento y conservación de carne, Productos de la elaboración y conservación de pescado; frutas, legumbres y hortalizas; otros productos n.c.p.; aceites y grasas de origen vegetal y animal, Productos lácteos, Productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón, y alimentos preparados para animales, Productos de panadería y fideería, Azúcar refinada, cruda e impalpable, cacao, chocolate, productos de confitería y otros productos alimenticios n.c.p., Bebidas, Productos de tabaco, Productos textiles, Prendas de vestir; adobo y teñido de pieles, Cueros elaborados; artículos de talabartería; calzado, Diarios, revistas y publicaciones periódicas; impresiones en general y reproducción de grabaciones, Productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear, Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos, de uso humano y animal, Productos de caucho y plástico, Vehículos automotores, remolques y semirremolques y otros tipos de equipo de transporte, Muebles; productos de industrias manufactureras n.c.p.; reciclamiento, Energía eléctrica; gas por cañería y agua potable.
- De la suma de los valores de producción correspondiente a cada rubro, se considera que el 1% corresponde a turismo, según supuesto del consultor de OMT.

METODOLOGÍA DE LA CSTU

REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Table 7: Valor Bruto de la Producción de las Industrias Turísticas y otras Industrias

Año 2005

En miles de pesos uruguayos y porcentaje

Actividades	Total de Producción Turística	%
<b>A. Actividades Específicas</b>	<b>25.236.654</b>	<b>91%</b>
<b>A.1 Actividades Características</b>	<b>23.930.429</b>	<b>87%</b>
1.1 Alojamiento	4.422.766	16%
1.2 Servicios de segunda residencia	3.697.069	13%
1.3 Restaurantes	4.126.504	15%
1.4 Transporte Terrestre	5.405.028	20%
1.5 Transporte por Agua	1.517.128	5%
1.5 Transporte aéreo	2.013.398	7%
1.6 Agencias de viaje	293.473	1%
1.7 Servicios culturales	1.551.776	6%
1.8 Servicios financieros	903.287	3%
<b>A.2 Actividades conexas</b>	<b>1.306.225</b>	<b>5%</b>
2.1 Otros servicios turísticos (1)	1.306.225	5%
<b>B. Actividades no específicas</b>	<b>2.353.438</b>	<b>9%</b>
<b>Total</b>	<b>27.590.092</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

**Tabla 8: Consumo intermedio de las Industrias Turísticas y Otras Industrias**

En esta tabla se describe el valor de los consumos intermedios (CI), es decir, el valor de los insumos utilizados por cada industria turística para la obtención de su producción.

Para completar esta Tabla se tomaron los siguientes supuestos:

- Para la determinación de los CI relacionados con los VBP turísticos de cada rama, se tomaron como referencia los coeficientes de economías similares.
- Para Alojamiento, se aplicó el 20% al VBP turístico de dicha rama, que surge de la Tabla 6.
- Para Restaurantes, se aplicó el 20% al respectivo VBP turístico.
- Para Transporte Terrestre, se consideró que el CI representa un 14% de su VBP turístico.
- Para Transporte por Agua, se utiliza el 13% de su VBP.
- Para Transporte Aéreo, se aplicó el 12% de su VBP como CI.
- Para Agencias de Viaje, se aplicó el 9% de su producto turístico.
- Para Servicios Culturales, se utilizó el 3% de su producto turístico.
- Para Servicios Financieros, se aplicó el 9% de su VBP turístico.
- En el caso de los productos conexos, se consideró que el CI representa un 46% del total de su producto turístico.
- En el caso de los productos no específicos, el CI se calculó como el 4% de su VBP turístico.

**REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY**

**Table 8: Consumo Intermedio de las Industrias Turísticas y otras Industrias**

**Año 2005**

**En miles de pesos uruguayos y porcentaje**

<b>Actividades</b>	<b>Total Consumo Intermedio Turístico</b>	<b>%</b>
<b>A. Actividades Específicas</b>	<b>3.665.395</b>	<b>97%</b>
<b>A.1 Actividades Características</b>	<b>3.059.654</b>	<b>81%</b>
1.1 Alojamiento	884.553	24%
1.2 Servicios de segunda residencia	0	0%
1.3 Restaurants	825.301	22%
1.4 Transporte Terrestre	756.704	20%
1.5 Transporte por Agua	197.227	5%
1.5 Transporte aéreo	241.608	6%
1.6 Agencias de viaje	26.413	1%
1.7 Servicios culturales	46.553	1%
1.8 Servicios financieros	81.296	2%
<b>A.2 Actividades conexas</b>	<b>605.741</b>	<b>16%</b>
2.1 Otros servicios turísticos (1)	605.741	16%
<b>B. Actividades no específicas</b>	<b>94.138</b>	<b>3%</b>
<b>Total</b>	<b>3.759.532</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

**Tabla 9: Valor Agregado Directo de las Industrias Turísticas y Otras Industrias**

En esta tabla se recoge el valor agregado generado en cada actividad, que surge como diferencia entre el valor bruto de producción de la tabla 7 y el valor de los consumos intermedios calculados en la tabla 8.

**REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY**

**Tabla 9: Valor Agregado Directo de las Industrias Turísticas y Otras Industrias**

**Año 2005**

**En miles de pesos uruguayos y porcentaje**

<b>Activities</b>	<b>Total Tourism Value Added (OR)</b>	<b>%</b>
<b>A. Actividades Específicas</b>	<b>21.571.259</b>	<b>91%</b>
<b>A.1 Actividades Características</b>	<b>20.870.775</b>	<b>88%</b>
1.1 Alojamiento	3.538.213	15%
1.2 Servicios de segunda residencia	3.697.069	16%
1.3 Restaurants	3.301.203	14%
1.4 Transporte Terrestre	4.648.324	20%
1.5 Transporte por Agua	1.319.901	6%
1.5 Transporte aéreo	1.771.790	7%
1.6 Agencias de viaje	267.061	1%
1.7 Servicios culturales	1.505.223	6%
1.8 Servicios financieros	821.991	3%
<b>A.2 Actividades conexas</b>	<b>700.484</b>	<b>3%</b>
2.1 Otros servicios turísticos (1)	700.484	3%
<b>B. Actividades no específicas</b>	<b>2.259.301</b>	<b>9%</b>
<b>Total</b>	<b>23.830.560</b>	<b>100%</b>

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

**Tabla 10: Participación del Turismo en la Economía para los años 2005 – 2009**

En esta tabla se proyecta el valor agregado total de la economía desde el año 2005 hasta el año 2009 (este último estimado).

Para el año 2005, se tomaron los valores agregados turísticos directos, previamente calculados en la tabla 9. Para la proyección de dichos valores se utilizaron indicadores de precios y volúmenes físicos turísticos.

Como en el país aun no se realiza en forma sistemática un índice de precios de turísticos, el Consultor OMT intentó una primera aproximación utilizando el índice de precios al consumo (IPC) más un efecto multiplicador, bajo el supuesto de que los precios turísticos evolucionan más deprisa que el resto de los precios. El efecto antes mencionado fue obtenido calculando la variación del gasto promedio diario por persona para el período.

El índice de volumen físico turístico se basó en la variación de flujos de turismo receptivo y emisor.

# METODOLOGÍA DE LA CSTU

## REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Tabla 10: Participación del Turismo en la Economía para los años 2005 - 2009\*

En miles de pesos uruguayos y porcentaje

Actividades	Total Valor Agregado Turístico 2005	%	Total Valor Agregado Turístico 2006	%	Total Valor Agregado Turístico 2007	%	Total Valor Agregado Turístico 2008	%	Total Valor Agregado Turístico 2009	%
<b>A. Actividades Específicas</b>	21.571.259	91%	22.736.315	91%	25.642.186	91%	31.249.687	91%	37.000.254	91%
A.1 Actividades Características	20.870.775	88%	21.997.997	88%	24.809.506	88%	30.234.915	88%	35.798.744	88%
A.2 Actividades conexas	700.484	3%	738.317	3%	832.680	3%	1.014.772	3%	1.201.511	3%
<b>B. Actividades no específicas</b>	2.259.301	9%	2.381.325	9%	2.685.676	9%	3.272.986	9%	3.875.281	9%
<b>Total</b>	23.830.560	100%	25.117.639	100%	28.327.862	100%	34.522.674	100%	40.875.536	100%
<b>Valor Agregado Total de la Economía</b>	<b>379.260.410</b>		<b>427.573.432</b>		<b>508.651.773</b>		<b>608.778.835</b>		<b>664.421.220</b>	
<b>Participación del Turismo (%)</b>	<b>6,3%</b>		<b>5,9%</b>		<b>5,6%</b>		<b>5,7%</b>		<b>6,2%</b>	

(1) Incluye Servicios de alquiler de bienes de equipo y otros productos turísticos

FUENTE: Banco Central del Uruguay (BCU) - Cuentas Nacionales

ELABORACIÓN: Ministerio de turismo y deporte / IESTA FCEA - UDELAR

\* Estimado

