

International Conference of Tourism:

"Knowledge as  
value advantage  
of tourist destination"

MALAGA, 29 | 31 OCTOBER 2008

Conferencia Internacional de Turismo

"El conocimiento como  
valor diferencial de  
los destinos turísticos"

MALAGA, 29 | 31 OCTUBRE 2008

  
cognoscere...

## Cuentas Satélites de Turismo regionalizadas para Dinamarca: metodología y resultados

Comentario, Sesión 3: Medición y análisis de la contribución económica del turismo

Jie Zhang & Peter Billing (Director)

Centro de Investigación Regional y Turística, Dinamarca

[jie@crt.dk](mailto:jie@crt.dk)

[billing@crt.dk](mailto:billing@crt.dk)

### RESUMEN

Esta ponencia de comentarios consta de dos partes. La primera parte aporta comentarios sobre la Ponencia Principal del Profesor Douglas C. Frechtling *Medición y análisis de la contribución económica del turismo a las regiones subnacionales a través de la Cuenta Satélite de Turismo*. Los comentarios destacan especialmente la distinción que hace el autor entre el Enfoque de Cuenta y el Enfoque de Asignación en el desarrollo e implementación de CST-Rs. Más adelante, los comentarios identifican un conjunto de cuestiones pertinentes con implicaciones en el recorrido del camino regional de las CSTs.

La segunda parte consta de una ponencia titulada *Las Cuentas Satélites del Turismo Regionalizadas para Dinamarca: Metodología y Resultados*, que presenta un ejemplo concreto del uso adecuado de los enfoques utilizados y las experiencias obtenidas en Dinamarca mientras se desarrollaba la CST-R. La ponencia ilustra con claridad la necesidad de ser ingeniosos y también pragmáticos al desarrollar una CST-R. De hecho, en un país como Dinamarca, es necesario utilizar tanto el Enfoque de Cuenta como el Enfoque de Asignación, pero después de hacer esto de manera deliberada y asidua, los resultados conseguidos hasta el momento son significativos.

Andalucía



## **PARTE I**

### **Comentarios a la Ponencia Principal 3 del Profesor Douglas C. Frechtling**

#### **Medición y análisis de la contribución económica del turismo a las regiones subnacionales a través de la Cuenta Satélite de Turismo**

##### **Visión general de la ponencia**

La ponencia ofrece una visión general de la creación de cuentas satélites de turismo regionales (CST-R), así como orientaciones para su desarrollo. La ponencia empieza abordando la necesidad y el interés de desarrollar una CST-R. Las autoridades regionales, funcionarios públicos, propietarios de empresas privadas y residentes locales no tienen duda de su gran interés en el desarrollo de una CST regional y de los beneficios que ésta conlleva. La ponencia, además, señala la necesidad de realizar análisis de las consecuencias económicas del turismo y de calcular los impactos directos e indirectos del turismo en las regiones.

El autor pone de manifiesto varios obstáculos que se encontrará en el desarrollo de una CST regional; por ejemplo, la falta de un marco conceptual específico para los niveles subnacionales de la CST; la falta de información estadística aceptable y útil para la elaboración de la CST regional; y también las características distintivas de la demanda y la oferta turística de las regiones individuales. El autor hace un llamamiento a todos los países para que sigan los principios de la guía de la OMT, a saber, la CST: RMC 2008 (NU/Eurostat/OCDE/OMT, 2008). También aporta una lista concreta de razones por las que se deben compilar tablas de la CST para los fines de las CSTs subnacionales. Esto supone una guía de recomendaciones muy útiles para el desarrollo de la CST-R.

En las siguientes secciones, el autor entra a debatir tres condiciones bajo las cuales se puede desarrollar una CST-R en un país concreto:

- La existencia de una CST válida y actualizada - Condición de CST Actual
- La existencia de una CST válida pero obsoleta - Condición de CST Obsoleta
- Nunca se ha elaborado para el país una CST válida

Para la primera condición – Condición de CST Actual – se presentan y debaten dos enfoques. El Enfoque de Cuenta Regional implica la construcción de tablas de la CST para regiones que sigan las características y definiciones de cobertura de la CST, que ha de ser desarrollada por la Oficina Central de Estadística del país en colaboración con las autoridades regionales. El Enfoque de Asignación Regional, por su parte, queda descrito como ejercicio de modelización que hace uso de un conjunto de indicadores regionales combinados con datos de encuestas para asignar el resultado nacional de las industrias turísticas distribuidas por todas las regiones del país.

Desde el punto de vista del autor, es preferible el Enfoque de Cuenta, ya que el Enfoque de Asignación sufre la limitación de no producir "una CST adecuada a nivel regional". La describe como CST regional experimental (CST-RE), que "puede no reflejar con exactitud las peculiaridades de la actividad económica de cada región" (s.8-9). Cualquier desarrollo de una CST-RE debe estar bajo la supervisión de la oficina Central de Estadística en colaboración con los expertos y autoridades regionales, y con el fin de "desarrollar CST-Rs más allá de la fase experimental".

Finalmente, el autor aporta sugerencias detalladas con vistas a las acciones de implementación de una CST-R siguiendo los dos enfoques (apéndices C-D), y llega a la conclusión de que los beneficios de una CST regional válida son considerables, presentándonos mediciones de "la contribución del turismo al producto regional bruto en

términos absolutos y porcentuales”, “la contribución absoluta y relativa que hace el turismo de la región a la contribución del turismo nacional al producto interior bruto”, y “la contribución absoluta y relativa del empleo de la industria turística a todo el empleo de la región”.

### **Sugerencias sobre las guías técnicas de la OMT**

Supone un estimulante esfuerzo pasar por las guías y principios generales del desarrollo de CST-Rs hacia la implementación en la práctica, tal como señala Jones: “Está claro que la elaboración de la CST está lejos de ser fácil” (Jones, 2006). Conlleva infinidad de construcciones y cálculos técnicos de los datos regionales económicos y turísticos. Por ejemplo, ¿existen datos disponibles y detallados sobre las pernoctaciones turísticas y el consumo diario para todas las categorías que requieren las CST-Rs? La CST-R debe partir de la recopilación de datos turísticos y económicos. El marco metodológico incluye al menos dos consideraciones. Una es el “enfoque *top-down*” y la otra es el “enfoque *bottom-up*” para el desarrollo de la CST Regional. Cada país debe decidir qué enfoque adoptar dependiendo de la disponibilidad de datos regionales, así como de las posibilidades de recopilar los datos turísticos y demás datos relevantes.

También existe la necesidad de desarrollar instrucciones metodológica y técnicamente detalladas para la construcción de la CST regional. Como indica el profesor Frechtling: “El Enfoque de la Asignación Regional’ utiliza un conjunto de indicadores regionales para asignar la producción nacional de las industrias turísticas a cada una de las regiones que comprenden todo el país, y una combinación de datos de encuestas y de indicadores regionales para asignar el consumo turístico entre estas regiones” (p.8). Sin embargo, es necesario tener claro qué indicadores regionales se han de considerar. Será difícil para la OMT dar recomendaciones sobre los indicadores regionales ya que los datos regionales disponibles son muy distintos de país a país. Nuestra sugerencia es que la OMT y las principales organizaciones multilaterales relevantes recojan y presenten ejemplos estratégicos de países que han desarrollado su CST, utilizando el Enfoque de Cuenta o el de Asignación.

Ante la falta de guía metodológica para el desarrollo de la CST-R, en especial en lo tocante a los principios técnicos concretos, se podrían considerar los siguientes puntos en las futuras recomendaciones de la CST-R:

#### *¿Cómo definir el “entorno habitual” para la CST regional cuando se trata de áreas pequeñas?*

Sugerimos que el desarrollo de la CST regional debe también incluir una definición de “entorno habitual”. El concepto de “entorno habitual” se define como “el área geográfica (aunque no necesariamente continua) dentro de la cual un individuo lleva a cabo sus rutinas diarias” (RIET 2008, pts. 2.21. a 2.25). Cuando se construye la CST regional, algunas regiones administrativas son muy pequeñas, dificultando la distinción entre lo que son rutinas diarias y lo que son las actividades relacionadas con el turismo. Por ejemplo, cuando un individuo cruza la frontera de una región para ir de compras, no se registra como actividad turística. Pero si el individuo cruza la frontera de una región para visitar un museo o un parque temático, se le define como visitante del día. En consecuencia, sugerimos que la definición de turistas (incluidos los visitantes del día) debería combinar la definición de “entorno habitual” y las actividades que la persona individual lleva a cabo en el destino. Si las actividades pertenecen a las actividades típicas del turismo, debería ser considerada turista.

#### *¿Cómo tratar los viajes internos de negocios tanto para visitantes que pernoctan como para visitantes del día?*

La definición de visitantes se refiere no sólo a individuos que viajan por razones personales, sino también a los individuos que viajan por razones de negocios y congresos (CST:RMC

2008 pt. 2.32). Dentro de las fronteras de un país, existen muchas conexiones empresariales entre las regiones y se realizan muchos viajes de negocios todos los días, tanto de visitantes de negocios que pernoctan como de viajeros del día. Incluir dichas actividades es un reto para la CST. El gasto de los visitantes de negocios que pernoctan se puede hallar por medio de la encuesta de visitantes a través de entrevistas sobre los alojamientos; sin embargo, es bastante difícil calcular el gasto de los viajeros del día. El gasto estará relacionado muy probablemente con el uso de transportes y los servicios de restauración.

*¿Cómo tratar las diferencias de los recursos estadísticos por regiones?*

Uno de los beneficios de desarrollar la CST regional es hacer el turismo regionalmente comparable y consistente dentro del país. Nos enfrentamos a problemas cuando no hay disponibilidad de datos regionales, sobre todo cuando las regiones tienen recursos estadísticos diferentes, surge el problema de la comparabilidad y la consistencia de la CST-R.

*¿Cómo tratar el intercambio de bienes dentro de las economías interregionales cuando se desagrega desde la CST-N a la CST-R?* Incluso contando con datos estadísticos regionales, se requiere un equilibrio interregional para todas las industrias entre las regiones (Zhang, 2005). Esto conlleva que tanto la oferta como la demanda regionales deberían añadirse al total nacional de oferta y demanda de cada producto dentro de cada industria. La oferta regional de un producto se compone de la oferta desde su propia región, la oferta desde otras regiones dentro del país (es decir, importaciones interregionales) y las importaciones desde el extranjero. De manera similar, la demanda regional se compone de la demanda desde su propia región, la demanda desde otras regiones del país (es decir, exportaciones interregionales) y las exportaciones al extranjero. Después de construir estas partes de los datos regionales, se necesita el procedimiento para crear un equilibrio de productos entre regiones.

Como recomiendan la CST:RMC 2008 y el Profesor Frechtling en su ponencia, se necesita la tabla 5 de la CST-R para mostrar las cuentas de producción regional de las industrias turísticas y sus productos turísticos correspondientes. También es necesario tener cuentas consistentes de producción regional para asegurarse de que los datos de producción regional y los datos de valor añadido bruto se suman a los valores nacionales totales.

## **Referencias**

Jones, C. (2006): Tourism Satellite Accounts: The Regional Perspective. Seminar paper.

UN and UNWTO, (2007): "2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008), New York, Madrid November 2007

(NU/Eurostat/OCDE/OMT, 2008): Cuenta Satélite de Turismo 2008: Marco Metodológico Recomendado (CST:MMR 2008). Madrid, España.

Zhang, Jie (2005): Documentation on Regional Tourism Satellite Accounts in Denmark, AKF, Denmark.

## PARTE II

### Cuentas Satélites de Turismo Regionalizadas para Dinamarca: Metodología y Resultados

#### RESUMEN

La Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) junto con otras organizaciones, como EUROSTAT y la Comisión Estadística de las NU, han solicitado a los países miembros que realicen el trabajo de recopilar estadísticas turísticas dentro del marco de las cuentas satélites de turismo (CST). Muchos países han recopilado sus estadísticas turísticas o están en el proceso.

La finalidad de esta ponencia es presentar las metodologías y los resultados de las cuentas satélites de turismo regional (CST-R) para Dinamarca. Tras una breve introducción de los procedimientos de trabajo para el desarrollo de la CST regional, se presentan en detalle las fuentes de datos y los métodos para la recopilación de la CST-R. Las principales metodologías presentadas incluyen cálculos sobre la participación del turismo regional en la oferta, cálculos sobre la oferta turística a precios de mercado, cálculos sobre la demanda turística regional a partir de los datos de las encuestas de turismo y cálculos sobre la demanda turística regional a partir de las tablas nacionales de oferta y destino. Este enfoque combina los métodos “*bottom-up*” y “*top-down*” en los procedimientos contables de la CST-R.

Además, la ponencia describe la estructura del modelo danés interregional macroeconómico, denominado LINE. El modelo se basa en el principio de una matriz de contabilidad social (MCS) para la estructuración de los datos. El modelo tiene dos círculos: un círculo real, en línea con la teoría keynesiana de la demanda, y un círculo de precio-coste, en línea con el movimiento desde el coste de producción hacia los precios de mercado de los productos.

Los resultados de las tablas de la CST regional son presentados en el Apéndice, que consta de las tablas de CST nacional y regional. Por ejemplo, la tabla 1 de la CST es presentada por medio de dos tablas: una tabla muestra el consumo del turismo receptor por productos y tipos de visitantes, y la otra muestra el consumo por productos y regiones.

El caso del desarrollo de la CST regional danesa ilustra con claridad que, dada la variación en la recopilación de datos y en la contabilidad en países individuales, a menudo se hace necesario combinar un Enfoque de Cuenta con un Enfoque de Asignación. En Dinamarca, esto se consigue obteniendo datos detallados de las encuestas de turismo por regiones y componentes para la recopilación de la CST-R, mientras que los datos de las cuentas nacionales se utilizan para complementar los datos turísticos. La contabilidad y el modelo de la CST-R confluyen en un sistema. Los beneficios de estas metodologías son: 1) La CST-R se mantiene consistente con las cuentas nacionales; 2) Las cuentas nacionales proporcionan datos complementarios sobre los productos turísticos cuando no se dispone de datos turísticos; 3) La serie temporal de la CST es llevada al año actual por un modelo de previsión; 4) Es más fácil presentar indicadores económicos de la CST-R tales como el valor añadido bruto de las industrias del turismo (VABIT) y análisis de impacto turístico, tales como el valor añadido bruto directo e indirecto y los efectos en el empleo.

#### 1. INTRODUCCIÓN

La Comisión Estadística de las Naciones Unidas, junto con la Organización Mundial del Turismo (OMT), la oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), ha publicado varios documentos al respecto de las estadísticas sobre los viajes y el turismo (OMT, 1999; OCDE, 2000; OMT/OCDE/EUROSTAT, 2001; Eurostat, 2002). Más recientemente, salieron dos publicaciones: "Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008 (RIET 2008) (NU/OMT, 2007) y "La Cuenta Satélite de Turismo 2008: Marco Metodológico

Recomendado” (CST: MMR 2008) (NU/EUROSTAT/OCDE/OMT, 2008) que proporcionan guías y recomendaciones más actualizadas para la recopilación de estadísticas de turismo.

Muchos países han iniciado el proceso de desarrollar cuentas satélites de turismo (CST), bien a nivel nacional, bien a nivel regional. Canadá sobresale entre los países que publican tablas de CST, así como indicadores nacionales turísticos (Delisle, 1999). Canadá, Francia, Noruega, Suiza y Reino Unido, entre otros, ya han realizado sus cuentas satélites de turismo (Frechtling, 1999; Rütter y Berwert, 1999; Brændvang et al. 2001; Estadísticas de Canadá, 2002; Jones, 2006).

La finalidad de la realización de cuentas satélites de turismo es la medición de los beneficios económicos del turismo para las economías nacional y regional, incluyendo el valor añadido bruto de las industrias turísticas, el valor añadido bruto directo del turismo, el PIB y el empleo turístico (CST: MMR 2008). Las estadísticas de turismo desempeñan un papel vital en el análisis turístico. Las estadísticas de turismo han de poder arrojar estadísticas fidedignas, consistentes, fiables y comparables, y deben ser consistentes con las cuentas nacionales.

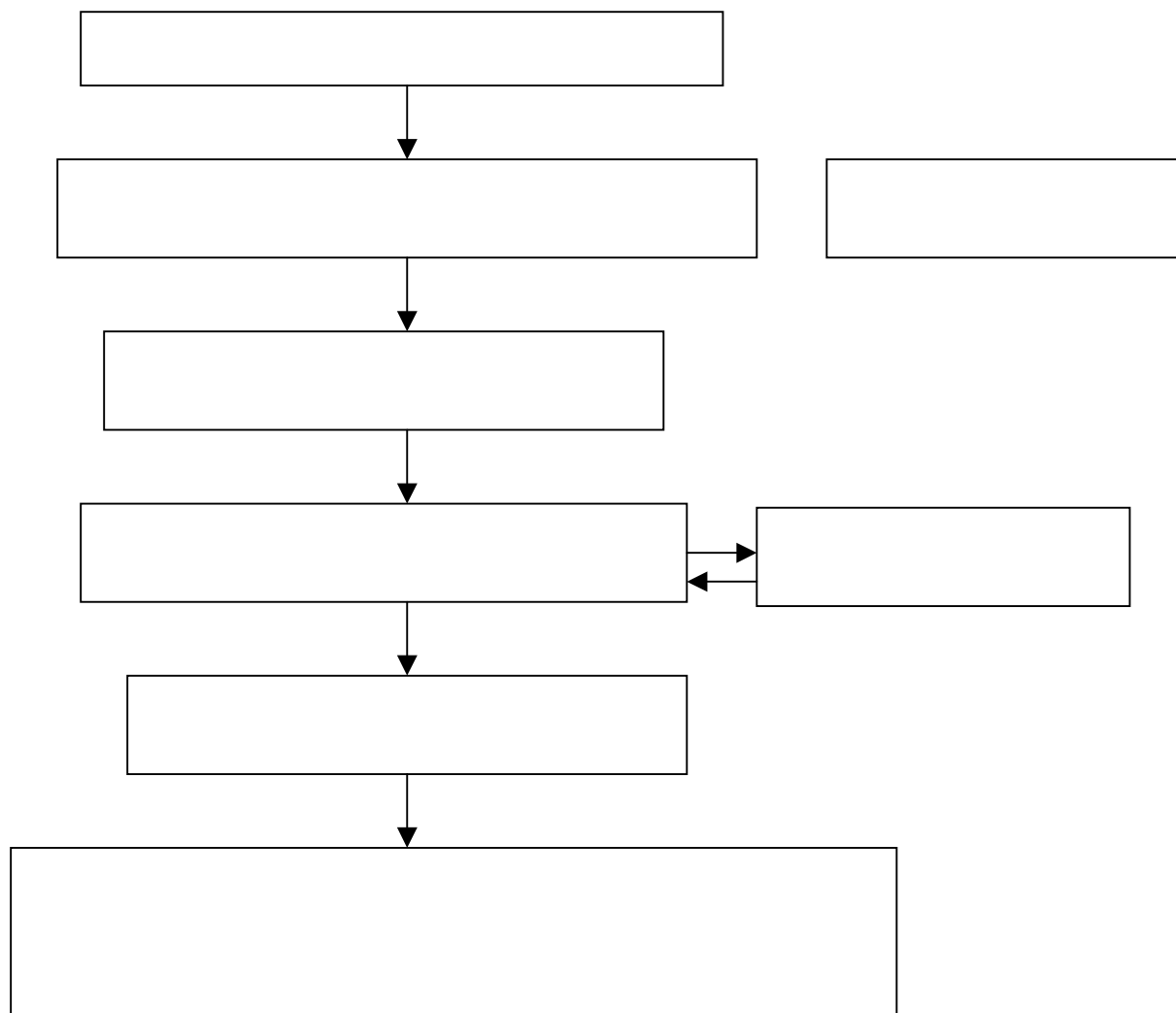
La finalidad de esta ponencia es presentar las metodologías y los resultados de las cuentas satélites de turismo regional (CST-R) para Dinamarca. La sección 2 describe los procedimientos de trabajo para la construcción de la CST-R danesa. La sección 3 presenta las fuentes de datos utilizadas en el modelo regional, también para la recopilación de la CST-R. En la sección 4 se presenta una descripción detallada de las metodologías para la construcción de la CST-R. Estas metodologías incluyen el cálculo de las participaciones en la oferta del turismo regional, el cálculo de la oferta turística a precios de mercado, el cálculo de la demanda turística regional a partir de los datos de las encuestas de turismo y el cálculo de la demanda turística regional a partir de las tablas nacionales de oferta y destino. La sección 5 describe la estructura del modelo danés interregional macroeconómico, en el que el submodelo del turismo forma parte del modelo interregional. Los resultados de la CST regional son presentados en la sección 6. Se presentan las principales tablas CST mostrando el consumo turístico tanto por productos como por regiones de la CST.

## **2. LOS PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO**

La Comisión Estadística de las NU y la Organización Mundial del Turismo definen el turismo como las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su entorno habitual durante menos de un año y cuya principal finalidad es distinta a ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado (CST:MMR, 2008). El turismo se puede clasificar en varias categorías según el origen del turista, la finalidad del viaje, así como su duración. Las clasificaciones típicas son turismo receptor, turismo interno y turismo emisor. La CST danesa sigue la siguiente clasificación: el turismo receptor se divide en turismo receptor del día y turismo receptor de pernoctación; el turismo interno se divide en turismo interno de ocio del día, turismo interno de ocio de pernoctación y turismo interno de negocios. Sin embargo, el turismo emisor no está por el momento incluido en la CST danesa.

Los procedimientos de trabajo para la construcción de la CST-R danesa son descritos en la Figura 1.

**Figura 1**  
**Procedimiento metodológico de creación de la CST-R para Dinamarca**



*Identificación de las industrias turísticas y los productos turísticos (paso 1)*

El documento de la CST de la OMT da una descripción detallada acerca de la definición de los productos turísticos y las industrias turísticas. Los productos turísticos se pueden clasificar en productos específicos del turismo y productos no específicos del turismo. Los productos específicos del turismo se definen como aquellos productos que son consumidos por los turistas, y para los que, en ausencia de turistas, se verían significativamente reducidos los niveles de consumo. La identificación de los productos turísticos ha de ser acorde a las cuentas nacionales de cada país. Países distintos normalmente tienen categorías distintas para los productos específicos del turismo según sus categorías contables.

La industria turística se define como grupo de establecimientos cuya actividad productiva principal es una actividad característica del turismo, lo que significa que una industria turística abastece de productos y servicios a los turistas. De las 2.800 categorías de productos detallados en las cuentas nacionales danesas, unos 32 productos son definidos como productos específicos del turismo en Dinamarca. Las industrias que suministran estos productos y servicios se definen como industrias relacionadas con el turismo. Los productos específicos y no específicos del turismo pueden agruparse en las principales categorías tal como se muestra en la Tabla 1 del Apéndice.

### *Balanza de la oferta y la demanda turísticas por productos turísticos (paso 2)*

Las cuentas nacionales danesas se pueden presentar por medio de tablas de producción y destino. Desde la tabla de producción nacional, se puede obtener a precios de producción la información acerca de los productos turísticos suministrados por sus sectores industriales correspondientes. La producción doméstica más las importaciones desde el extranjero forman la oferta total de cada producto. La tabla nacional de destino consta de diferentes componentes en la demanda final, tales como el consumo intermedio, el consumo privado, el consumo público, la inversión y las exportaciones. Dentro de las cuentas nacionales, la oferta total obtiene un equilibrio con la demanda total en cada nivel productivo.

Aunque se cuenta con la información acerca de la oferta de cada producto turístico, la demanda turística no se conoce desde las cuentas nacionales. Esto es así porque en la tabla nacional de destino el consumo del producto turístico está oculto en el consumo intermedio o en el consumo privado (o público). Esto significa que la tabla nacional de destino no puede expresar, por ejemplo para productos de restauración, qué cantidad de productos es consumida por turistas y qué cantidad es usada por los residentes locales.

Por lo tanto, se introducen en el sistema los datos de encuestas de turismo (denominados TØBBE) (Zhang, 2001; Organización Nacional del Turismo de Dinamarca, 2003). La finalidad de aplicar los datos de las encuestas de turismo es diferenciar el consumo turístico del consumo residencial local. Sin cambiar la demanda total para cada producto, se trata simplemente de separar el consumo privado en dos partes: una es el consumo turístico y otra es el consumo privado local. Para el consumo intermedio es lo mismo separar el consumo de empresas danesas del consumo intermedio normal.

### *Cálculo de la demanda turística nacional por productos turísticos (paso 3)*

En el paso 2, se ve que dos fuentes de datos se unen y se comparan una con la otra. La primera fuente es la tabla nacional de destino, que muestra los productos turísticos consumidos por el consumo intermedio, el consumo privado y el consumo público; la otra fuente son los datos agregados nacionales de consumo turístico, que muestra el consumo turístico para cada producto turístico. En el caso en que los datos no sean compatibles los unos con los otros, tendremos que decidir qué datos se aplican al cálculo. Cuando no se dispone de información turística en los datos TØBBE, se utilizan para el cálculo las tablas de producción y destino nacionales. La Sección 4 presenta las metodologías detalladas aplicadas en el cálculo.

### *Regionalización de las tablas nacionales de producción y destino por parte de las cuentas de producción regional (paso 4)*

Las cuentas danesas de producción regional comprenden información del valor de la producción regional, el consumo intermedio regional, los productos interiores brutos a costes de los factores, y los impuestos de producción menos las subvenciones a la producción, la compensación a los empleados, el excedente bruto de operaciones y el número de empleos. Con la ayuda de las cuentas regionales de producción y otra información a partir de encuestas, las tablas de producción y destino nacionales son desagregadas en las tablas de producción y destino regionales (Madsen et al. 2001a y Madsen et al. 2001b).

### *Construcción de las cuentas satélites de turismo regionales (paso 5)*

Las cuentas satélites de turismo regionales se crean para recopilar las tablas CST que son requeridas por la OMT (Véase CST MMR 2008). Se adoptan los siguientes procedimientos y métodos con el fin de recopilar las tablas CST.

- Cálculo de la participación en la oferta turística regional
- Cálculo de la oferta turística a precios de mercado
- Transformación del componente del consumo en categorías de productos para los datos de las encuestas de turismo

- Cálculo de la demanda turística regional a partir de los datos de las encuestas de turismo
- Cálculo de la demanda turística regional a partir de las tablas nacionales de oferta y destino

La Sección 4 presenta estos procedimientos y métodos y, además, se ha publicado documentación metodológica detallada en un informe especial (Zhang, 2005).

*Las cuentas satélites de turismo regionales entran en el modelo interregional macroeconómico (paso 6)*

El último paso es colocar los datos de la CST-R en el modelo interregional danés, de tal manera que las estadísticas turísticas, después de los cálculos de CST, se fusionen en el sistema de modelización. Los beneficios de fusionar contabilidad y modelización en un modelo son: 1) el modelo interregional macroeconómico puede funcionar como modelo de previsión que actualiza la serie temporal de la CST, cuando las cuentas nacionales tienen un retraso de varios años. 2) El modelo interregional tiene una dimensión espacial. Cuando se dispone de tablas de producción y destino regionales y de datos turísticos regionales, es fácil crear las cuentas satélites de turismo regionales con un único sistema. 3) También es posible usar directamente el modelo para calcular las consecuencias económicas del turismo.

### 3. DATOS

Las Fuentes de datos del modelo macroeconómico interregional danés, LINE, se clasifican en cinco fuentes diferentes: (1) datos censales regionales, que se refieren a las estadísticas de población, ingresos y empleo; (2) cuentas de producción regional; (3) cuentas nacionales: tablas de producción y destino; (4) el banco de datos del modelo nacional de pronósticos (ADAM); (5) datos de distintas encuestas, por ejemplo, encuesta de turismo, encuesta de transporte y encuesta de comercio. Aquí se describen tres fuentes de datos principales que se utilizan en la construcción de la CST-R.

#### *Datos Censales Regionales*

Los datos censales regionales, que incluyen la población, el empleo, los ingresos primarios, y los impuestos, etc. se obtienen de Estadísticas de Dinamarca. La mayoría de las variables contienen al menos dos de las dimensiones siguientes: (a) lugar de producción (por 98 municipios), (b) lugar de residencia (por 98 municipios), (c) ramas y sector de producción, (d) formación, (e) edad, (f) sexo y (g) hogares.

#### *Cuentas de producción regional*

Contienen variables tales como producción regional bruta, consumo regional intermedio, producto interior bruto regional a coste de factores, e impuesto indirecto sobre la producción menos las subvenciones a la producción, la compensación a empleados, el excedente implícito bruto de operaciones y el número de empleados. Todas las variables del conjunto de datos tienen las dimensiones siguientes (ejes): (a) región a nivel municipal, (b) el sector clasificado según las industrias definidas en una SNA93 estándar, (c) el precio mostrando tanto los precios fijos como los corrientes.

#### *Tablas de producción y destino nacionales*

Muestra las relaciones existentes entre la institución y los productos. En la matriz de producción, los datos de producción muestran la relación entre la industria y los productos, diciéndonos qué industrias producen qué productos. La matriz de producción también contiene las importaciones por industria y producto. La matriz de destino muestra todas las variables del lado de la demanda: el consumo intermedio muestra la relación entre las industrias y los productos; el consumo privado, el consumo público, la inversión, los stocks y las exportaciones muestran las relaciones entre los componentes relevantes y los productos.

Las tablas de producción y destino no sólo tienen ejes para los precios fijos y corrientes; también contienen precios de producción, márgenes de minoristas y mayoristas, impuesto sobre la no producción e impuesto sobre el valor añadido. El valor de producción de la matriz de producción se presenta sólo en precios de producción. Cada producto a precios de producción obtiene un equilibrio entre las matrices de producción y destino.

#### *Datos Turísticos Regionales*

Los datos de las encuestas de turismo procedentes de la Organización Nacional del Turismo de Dinamarca también se denominan datos TØBBE. Incluyen los datos del número de pernoctaciones turísticas, así como del consumo diario de los turistas. El número de pernoctaciones turísticas se basa en las estadísticas turísticas oficiales de cama/noche procedentes de Estadísticas de Dinamarca, complementadas con datos de entrevistas realizadas por la organización Nacional del Turismo de Dinamarca para algunas formas especiales de pernoctaciones. El consumo turístico medio diario se calcula a partir de abundantes datos de entrevistas a turistas.

La Organización Nacional del Turismo de Dinamarca viene realizando una encuesta turística de manera regular desde 1996. La encuesta cubre 16 formas distintas de alojamiento y se entrevista tanto a turistas extranjeros como a nacionales. La encuesta se lleva a cabo en todas las regiones de Dinamarca, en consecuencia, tanto los datos de pernoctaciones turísticas como los de consumo diario de turistas contienen las dimensiones siguientes: (a) regiones por lugares de pernoctaciones turísticas; (b) tipos de alojamiento; (c) nacionalidades de turistas extranjeros y lugares de residencia de los turistas internos; además, el consumo diario se divide en distintos grupos de consumo. En consecuencia, los productos de los dos conjuntos de datos dan como resultado el consumo turístico regional de Dinamarca.

#### **4. METODOLOGÍAS DE LAS CUENTAS SATÉLITES DE TURISMO REGIONALES**

Cuando se recopilan las cuentas satélites de turismo regionales, a menudo nos enfrentamos a la falta de algunos datos regionales, bien de datos económicos regionales, bien datos de consumo turístico. Muchas de las actividades turísticas están relacionadas con otras industrias y sectores, como el sector del transporte ferroviario, que debería estar separado en transporte de pasajeros y transporte de mercancías, y con el que el turismo se relaciona en cuanto al transporte de pasajeros. Sin embargo, es necesario calcular cómo participa la industria turística en el total del sector del transporte por ferrocarril ya que frecuentemente representa un sector en las cuentas nacionales.

Las estadísticas de turismo se deben basar principalmente en los datos turísticos disponibles. Los datos turísticos se recogen a menudo a través de encuestas de visitantes y estadísticas de alojamientos sobre las estancias de pernoctaciones. Las cuentas satélites de turismo deben ser consistentes con las cuentas nacionales; es necesario aplicar las tablas de producción y destino nacionales para controlar y complementar los datos turísticos cuando no se dispone de datos. Este enfoque combina en realidad los métodos “*bottom-up*” y “*top-down*” en los procedimientos contables de la CST-R.

#### *Estimaciones de las participaciones en la oferta turística regional*

Los datos censales regionales de Estadísticas de Dinamarca proporcionan unos datos muy detallados con aproximadamente 800 ramas industriales y de servicios. Los datos son organizados por la unidad municipal con información sobre el número de empleos, los ingresos primarios y otros ingresos. Estos datos se usan, en la recopilación de datos de la CST-R, como claves de reparto para redefinir las actividades turísticas dentro de los sectores estándares tradicionales. Por ejemplo, en los sectores estándares tradicionales, el hotelero se presenta como sector individual. Pero según la información detallada por sectores, el sector hotelero de Dinamarca se divide en 7 subsectores, tales como ‘hoteles

con restaurantes', 'centros de convenciones', 'hoteles sin restaurantes', 'albergues juveniles', 'campings', 'centros vacacionales' y 'otros establecimientos para estancias cortas'.

Los datos detallados de la industria (ingresos primarios o empleo) se pueden utilizar para calcular una participación en la oferta para la industria turística. La participación en la oferta representa una porción de cada subsector en el sector agregado estándar dentro de una región. Por ejemplo, la participación en la oferta del subsector 'hoteles con restaurantes' es la participación de este subsector en el 'sector total de hoteles y otros alojamientos'. Las participaciones en la oferta de estos 7 subsectores hoteleros se sumarán en una dentro de cada región.

#### *Estimaciones de la oferta turística a precios de mercado*

La oferta doméstica total por producto turístico se calcula sumando la producción doméstica total a las importaciones totales en cada nivel del producto. La producción e importaciones se presentan por los precios de producción. La oferta total a precios de producción es equilibrada con la demanda total a precios de producción. Esto significa que a cada nivel de producto, la oferta iguala la demanda a precios de producción. Implícitamente, la demanda total a precios de mercado puede representar la oferta total de productos a precios de mercado, ya que no existe información de la oferta a precios de mercado. En otras palabras, si existe información del IVA y los impuestos sobre productos para cada producto y se unen éstos con los márgenes mayorista y minorista en la oferta total a precios de producción de productos, se obtiene la oferta total a precios de mercado. La oferta total de productos turísticos a precios de mercado es la base para el cálculo del ratio del turismo en la oferta.

El ratio del turismo en la oferta representa una participación de la demanda turística en la oferta interna total en cada categoría de producto. Por ejemplo, para el producto de 'camping' y 'centros vacacionales', se asume que los ratios del turismo en la oferta son muy altos, o cercanos a uno. Esto significa que la mayoría de los servicios de estos sectores son relevantes para la demanda turística; su oferta se limita simplemente a cubrir la demanda turística. Por otra parte, el ratio del turismo en la oferta en las otras tipologías de hoteles, sectores de restauración y sectores de transporte no pueden ser uno, al tener también estos sectores que cubrir la demanda de los residentes locales.

#### *Estimaciones de la demanda turística regional a partir de los datos de las encuestas de turismo*

La demanda turística a niveles nacional y regional debe ser calculada tanto por la información de las encuestas de turismo como por las matrices nacionales de producción y destino. En las matrices de destino, hay información sobre el uso de los productos turísticos. Los productos turísticos se utilizan principalmente para consumo privado. El consumo privado consiste en consumo privado local, consumo turístico interno y consumo turístico extranjero. Sin embargo, la matriz nacional de destino no contiene información relativa al consumo turístico frente al consumo privado local, ni información sobre el consumo regional turístico y privado local. Por tanto, los datos de las encuestas de turismo suponen una información muy importante, que se puede utilizar para distinguir el consumo turístico del consumo privado local. Los datos turísticos también son regionalizados; por tanto, se puede calcular la demanda turística regional.

Los datos de las encuestas de turismo se presentan por componentes de consumo, a saber, por grupos de productos. Requieren ser transformados de componentes a productos. El consumo privado en las tablas nacionales de destino muestra la relación entre los componentes y los productos. Aplicando esta relación, el consumo turístico con sus componentes también puede ser transformado en productos turísticos.

#### *Estimaciones de la demanda turística regional a partir de las tablas nacionales de oferta y destino*

Los datos del consumo turístico procedentes de las encuestas pueden diferir del consumo privado nacional para algunos productos turísticos específicos. Esto es así porque el número medio de turistas diarios se recoge y calcula a través de muestras de entrevistas a turistas. El consumo turístico forma parte del consumo privado y no debe exceder el consumo privado. Por tanto, los datos de consumo turístico en algunos productos turísticos específicos, tales como hoteles y otros productos de alojamiento, serán ajustados por el consumo privado nacional. Por otro lado, la demanda turística en otros productos importantes específicos del turismo, tales como “agencia de viaje”, “oficina de turismo” y “alquiler de coches”, no está disponible en los datos de encuesta, necesitan ser complementados con los datos de oferta turística.

Con el fin de hacer un cálculo exacto de la demanda turística que comprende todos los productos turísticos, es necesario utilizar un método que combine tanto el cálculo de la demanda a partir de los datos de encuesta (enfoque bottom-up) como el cálculo de la demanda a partir de las tablas nacionales de producción y destino (enfoque top-down). Las tablas regionalizadas de oferta y destino nacionales son aplicadas tanto para controlar que los datos turísticos sean consistentes con las cuentas nacionales como para complementar los datos turísticos.

Los principios que rigen la aplicación de la metodología mixta para el cálculo de la demanda turística son: a) cuando se cuenta con los datos de las encuestas de turismo, los datos de las encuestas de turismo son aplicados a la demanda turística; b) cuando los datos de las encuestas de turismo no son consistentes con la tabla de uso nacional, especialmente cuando los datos de demanda turística procedentes de las encuestas superan los datos de consumo privado nacional, los datos de las encuestas de turismo se ajustan según los datos de destino nacional; c) cuando no se cuenta con datos de demanda turística en algunas categorías de productos importantes, se utiliza la información sobre la oferta turística para calcular la demanda turística.

## **5. MODELIZACIÓN REGIONAL**

LINE es un modelo de equilibrio general interregional para las economías locales danesas desarrollado por AKF (véase Madsen et al. 2002a, 2002b, 2004). El modelo LINE está construido en el marco de equilibrio general computable; aunque se han añadido varios elementos al modelo. En primer lugar, se construyen dimensiones espaciales en el modelo, diferenciadas por lugar de producción, lugar de residencia y lugar de demanda. Debido a este elemento, los submodelos para los desplazamientos diarios por motivos laborales, el turismo, las compras y el comercio interregional pueden ser construidos dentro del modelo LINE. En segundo lugar, las matrices de producción y destino se aplican de manera aproximada en el modelo LINE. La matriz de producción muestra qué sectores productivos producen qué tipos de productos; y la matriz de destino muestra qué productos son comprados por sectores de demanda intermedia, y qué productos son demandados por los distintos componentes de la demanda final. Por tanto, los sectores de la parte de la producción y los componentes del lado de la demanda final pueden ser unidos unos con otros por los productos en el mercado de productos.

El tercer elemento es que la estructuración de datos está basada en una matriz de contabilidad social (MCS). La MCS para los municipios daneses (SAM-K) contiene cinco cuentas: “sectores productivos”; “grupos según características”, tales como edad, género y formación; “instituciones”, tales como hogares, empresas, gobierno y otras; “componentes de la demanda final” y “productos”. El cuarto elemento es que la estructura del modelo está representada por dos círculos: un círculo real, en línea con la teoría keynesiana de la demanda, y un círculo de precio-coste, en línea con el movimiento desde el coste de producción hacia el precio de mercado. El quinto elemento es que el modelo tiene una dimensión temporal. Los datos de producción y demanda final se construyen en base a los datos de Estadísticas de Dinamarca. Con algunos datos históricos de *input-output*, el modelo se puede ampliar a un período de más de treinta años desde 1970 al momento

actual (2006). Además, el modelo aplica el modelo nacional danés de pronósticos, ADAM, para pronosticar este modelo interregional hasta el año 2020.

La Figura 2 ilustra el modelo LINE por su círculo real. La estructura del modelo LINE queda descrita por dos dimensiones. La dimensión horizontal muestra la dimensión espacial: “lugar de producción” (A), “lugar de residencia” (B) y “lugar de demanda” (D). La dimensión vertical muestra la estructura de la SAM-K por “sector” (E), “grupo según características” (G), “institución” (H), “componente” (W) y “productos” (V).

**Figura 2**

**Versión simplificada de LINE: El circuito real**

	<b>Lugar de producción (A)</b>	<b>Lugar de residencia (B)</b>	<b>Lugar de demanda (D)</b>
<b>Actividades (sectores)</b>  (E)	Resultado bruto PIB a costes de factores Entradas intermedias  (AE)		
<b>Factores de producción (formación, género, edad)</b>  (G)	Rentas de trabajo Empleo  (AG)	Rentas de trabajo Empleo Desempleo Impuestos y transferencias Otros ingresos Ingresos disponibles  (BG)	
<b>Instituciones (hogares, empresas, sectores públicos)</b>  (H)		Rentas de trabajo Impuestos y transferencias Ingresos disponibles  (BH)	
<b>Demanda (componentes)</b>  (W)		Consumo privado local Consumo residencial Consumo público Gasto turístico  (BW)	Consumo intermedio Consumo privado local Gasto turístico danés Gasto turístico extranjero Consumo público Inversiones  (DW)
<b>Productos</b>  (V)	Producción local Exportaciones a otros municipios Exportaciones al extranjero  (AV)		Demanda local Importaciones de otros municipios Importaciones del extranjero  (DV)

————— Precios constantes

----- Precios corrientes

El círculo real sigue la dirección de las agujas del reloj, como muestra la Figura 2, en correspondencia con la teoría keynesiana de la demanda. Va desde la esquina superior izquierda, donde la producción genera ingresos de los agentes en precios de producción incluida la parte de los ingresos usada para pagar costes de desplazamientos diarios por motivos laborales. La renta de los factores se transforma desde el lugar de producción por sector (AE) a lugar de producción por grupo (AG), y más tarde a lugar de residencia por grupo (BG) a través de un modelo de desplazamiento. El empleo sigue el mismo camino de lugar de producción por sector (AE) a lugar de producción por grupo (AG), y finalmente a lugar de residencia por grupo (BG). Empleo y desempleo, rentas de trabajo y transferencias de ingresos, impuestos e ingresos disponibles están determinados en el cuadrante.

Los ingresos disponibles son calculados en precios corrientes de los que se han deducido los impuestos, y se han sumado las transferencias de ingresos y otros ingresos. Los ingresos disponibles están distribuidos desde factores (BG) a hogares y empresas (BH). Los ingresos disponibles son la base para la determinación del consumo privado en precios de mercado, por lugar de residencia (BW). El consumo privado es asignado a lugar de la demanda (DW) por medio del uso de un modelo de compras. El consumo privado, junto con el consumo intermedio, el consumo público y las inversiones, constituyen la demanda local total de los productos (DV) en precios de producción a través de una matriz de destino. En esta transformación desde precios de mercado a precios de producción (de DW a DV), los impuestos sobre productos, los impuestos sobre el valor añadido y los márgenes comerciales son restados de los precios de mercado. La demanda local se cubre por medio de importaciones de otras regiones y del extranjero además de la producción local. A través de un modelo comercial, se determinan las exportaciones a otras regiones y la producción para la propia región, es decir, desde DV a AV. Sumando las exportaciones al extranjero, se determina el resultado bruto por producto. A través de una matriz de producción inversa, el círculo vuelve a la producción por sector (AV a AE).

El círculo precio-coste se mueve en dirección contraria a las agujas del reloj, que corresponde a un procedimiento de margen en el que los elementos de coste adicional son sumados al precio del producto en ruta desde el lugar de producción al mercado y al comprador.

El submodelo del turismo está completamente integrado en el modelo LINE, ya que el consumo turístico, que cubre el gasto turístico tanto interno como extranjero en Dinamarca, forma parte del consumo privado. El consumo privado por residencia viene determinado por los ingresos disponibles de los hogares residenciales. El modelo para el consumo privado se compone de cuatro submodelos: 1) consumo privado local residencial, 2) consumo turístico danés, 3) gasto turístico ordinario extranjero en Dinamarca, y 4) gasto turístico del día extranjero en Dinamarca. El documento que hace referencia al submodelo turístico en LINE está disponible en Zhang (2001) y Zhang et al. (2007).

Cuando los datos de la demanda turística entran en el sistema del modelo interregional macroeconómico, las estadísticas turísticas se unen a la demanda final por medio de los distintos componentes. A través del modelo comercial interregional y restando los márgenes comerciales, los impuestos sobre los productos y los impuestos sobre el valor añadido, la demanda turística por producto junto con otras demanda final se iguala a la oferta del producto desde el lado de la producción.

El modelo LINE funciona en realidad como modelo de previsión y como modelo de solución. La parte de previsión conlleva que el modelo aplica el modelo nacional de previsión danés, ADAM, para traer la series temporales del modelo desde el año de los datos finales (como 2004 para las cuentas nacionales) hasta el año actual (2006 para datos turísticos). La parte de solución significa que el modelo puede calcular las consecuencias económicas de cualquier actividad económica (como la turística) a nivel regional.

## 6. RESULTADOS

Las tablas de CST nacional y regional presentadas en el Apéndice se refieren al año más actualizado (2006). El año final de producción-destino nacional es 2004; sin embargo, los datos de producción regional y de turismo regional están disponibles para 2006. Es posible crear tablas de CST regional por medio del sistema de modelo presentado anteriormente para Dinamarca. No se incluye el turismo emisor danés (es decir, el consumo turístico danés fuera del territorio de Dinamarca) en la recopilación de la CST.

La tabla 1 (es decir, la tabla 1 de la CST) muestra el consumo turístico receptor nacional en Dinamarca en 2006. La tabla muestra el consumo turístico por productos (fila) y por categorías de visitantes (columna). Los productos se clasifican en dos tipos: productos característicos del turismo y otros productos de consumo. Las categorías de visitantes son visitantes extranjeros del día y turistas extranjeros de pernoctación. Se calcula el consumo turístico receptor total en Dinamarca para 2006 en unos 32.619 millones de coronas danesas (4.374 millones de EUROS). El consumo turístico de los visitantes extranjeros del día representa el 22% del consumo total, mientras que el consumo turístico extranjero de pernoctación llega al 78% del consumo turístico receptor total.

La tabla 2 muestra el consumo turístico receptor total por productos y cinco regiones danesas. Las tablas de la CST regional danesa están hechas para 98 municipios resultantes de la reforma municipal llevada a cabo por Dinamarca en años recientes. Las tablas de la CST regional presentadas aquí se refieren a cinco regiones al nivel NUTS 2 de la UE. Con esta tabla, se muestra que el turismo receptor en la Región Capital de Dinamarca representa aproximadamente el 43% del consumo turístico receptor total. La Región Sur de Dinamarca representa alrededor del 20% del consumo total.

La tabla 3 (es decir, la tabla 2 de la CST) despliega el consumo del turismo interno de ocio nacional en 2006 por productos y tipos de visitantes. El consumo del turismo interno de ocio sólo cubre el consumo turístico privado danés; no incluye el consumo de los visitantes internos de negocio. El consumo del turismo interno de ocio también se clasifica en dos tipos: los visitantes internos del día y los turistas internos de pernoctación. Se calcula el consumo del turismo interno de ocio para 2006 en unos 16.176 millones de coronas danesas (2.169 millones de EUROS). Los visitantes internos del día consumieron el 20% del total, mientras que el turismo interno de pernoctación representa el 80% del total del consumo del turismo de ocio.

La tabla 4 muestra el consumo total del turismo interno de ocio por productos y cinco regiones danesas. La tabla muestra que el turismo interno en la Región Capital de Dinamarca representa alrededor del 29% del consumo total del turismo interno de ocio. La Región Sur de Dinamarca y la región Central de Jutlandia representan cada una el 20% y otras dos regiones contribuyen cada una con alrededor del 14% del consumo total del turismo interno de ocio.

La tabla 5 (es decir, la tabla 4 de la CST) es el consumo del turismo interior por productos y tipos de turismo. La segunda fila de la tabla (consumo del turismo interior) es la suma del total de consumo del turismo receptor de la Tabla 1 y el consumo total del turismo interno de ocio de la Tabla 3. Muestra que el consumo del turismo interior sin el consumo del turismo interno de negocios se calcula en 48.795 coronas danesas (544 millones de EUROS) (SIC). El consumo del turismo interno de negocios forma parte del consumo intermedio en las cuentas nacionales. Según el documento del CST MMR, el consumo del turismo interno de negocios se debe incluir en la Tabla 4 de la CST. El consumo del turismo interno de negocios de la columna 3 se calcula en 19.467 coronas danesas (2.611 millones de EUROS) (SIC). La última columna muestra que el consumo total del turismo interior en Dinamarca es de 68.261 coronas danesas (9.154 millones de EUROS) (SIC). Muestra que los productos característicos del turismo representaron el 57% y otros productos de consumo el 43% del consumo total del turismo interior.

La tabla 6 despliega el consumo del turismo interior sin el consumo del turismo interno de negocios por las cinco regiones. Esta tabla muestra que el total del turismo interior en la Región Capital de Dinamarca representa aproximadamente el 39% del consumo turístico total. La Región Sur de Dinamarca representa alrededor del 21% del consumo turístico total. Cada una de las tres regiones restantes representa entre el 10% y el 15%, y entre las tres representan el 40% del consumo turístico total en Dinamarca.

La tabla 7 (es decir, la tabla 5 de la CST) son las cuentas de producción de los sectores turísticos y otras industrias en 2006. Muestra las relaciones existentes entre las industrias y los productos turísticos (tanto los productos característicos del turismo como los no específicos). Las columnas son las industrias turísticas, desde hoteles, restaurantes y distintos sectores de transporte hasta atracciones recreativas y actividades culturales. Todas las demás industrias y sectores de servicios están agregados en dos columnas por motivos de presentación. Hay más industrias tanto relacionadas como no relacionadas con el turismo en el modelo para dar una descripción más detallada de las conexiones económicas existentes en las economías regionales. La producción también está regionalizada a nivel municipal.

El valor en las cuentas de producción está en precios de producción; eso significa que los precios de mercado son necesarios por el lado de la oferta de los productos con el fin de calcular la participación del turismo para cada producto. La oferta de los productos también debe incluir las importaciones de los productos a precios de producción. La transformación de los precios de producción de la oferta a los precios de mercado de la oferta de los productos debe tomar en cuenta los impuestos sobre los productos netos menos las subvenciones, los impuestos sobre el valor añadido, y los márgenes comerciales de los productos. La información acerca de los impuestos sobre los productos netos menos las subvenciones, los impuestos sobre el valor añadido y los márgenes comerciales se puede obtener a través de los datos del lado de la demanda, ya que cada matriz de destino contenía precios de producción, impuestos sobre productos, IVA y márgenes de mayorista y minorista que se sumaban a los precios de mercado.

## **7. CONCLUSIÓN**

La finalidad de esta ponencia es presentar los procedimientos de trabajo y las metodologías para construir las cuentas satélites de turismo regionales para Dinamarca. La ponencia aporta una detallada descripción de los datos, los métodos de cálculos para la CST regional y la estructura del modelo interregional macroeconómico danés. En la ponencia se presentan las tablas de la CST regional, sobre todo las tablas 1, 2 y 4 de la CST. Cada una de las tablas de la CST contiene dos subtablas: tablas de la CST por productos y tipos de visitantes y tablas de la CST por productos y regiones.

Para concluir el proyecto de CST regional danés, creemos que los beneficios de este trabajo son: 1) se hace de acuerdo con los documentos y recomendaciones oficiales de la OMT y otras organizaciones internacionales; 2) fusiona la parte contable de la CST con la parte del modelo, y ambas son construidas en base a los datos de las cuentas nacionales. La CST danesa es consistente con las cuentas nacionales danesas; 3) contiene series temporales y tiene la posibilidad de prever las tablas de la CST hasta el año actual; 4) es una CST regionalizada, por tanto, es más fácil aplicar el modelo para el análisis económico regional del turismo.

Se han de mejorar varios aspectos de la recopilación de la CST regional danesa en futuros trabajos. El turismo emisor danés todavía no ha sido compilado debido a la falta de datos. El turismo interno de negocios todavía necesita mejoras futuras. La Organización Nacional del Turismo en Dinamarca ya está centrando su atención hacia las industrias de las reuniones y el turismo de negocios (tanto el turismo extranjero como el interno) que desempeñan un importante papel en la economía turística. Todavía se necesita el ajuste final de la CST regional para que haya una mayor consistencia en los datos de la oferta y la demanda regionales. Además, todavía no se dispone de cierta información de las encuestas de turismo, como el consumo turístico en coches de alquiler y en el uso de oficinas de turismo;

o como el uso del coche privado por parte de los turistas (o visitantes) internos con fines turísticos.

Finalmente, el caso del desarrollo de la CST regional danesa ilustra con bastante claridad que muy a menudo se necesita combinar un Enfoque de Cuenta con un Enfoque de Asignación. La preferencia del Profesor Frechtling por el Enfoque de Cuenta es encomiable; sin embargo, el papel estratégico que esto le asigna a la Oficina Central de Estadística de asegurar la recopilación de los datos de cuentas necesarios a nivel regional no es factible en muchos países. Los ejemplos presentados de Andalucía y Gales son, en términos administrativos y jurisdiccionales, en gran medida regiones autónomas con amplias competencias, incluida la que tienen en materia estadística.

Por el contrario, Estadísticas de Dinamarca recopila principalmente datos nacionales y, debido a la estructura administrativa y jurisdiccional del país, tiene poca influencia (e interés) en lo que se hace a nivel regional en cuanto a recopilación de datos, especialmente en relación con el turismo. En consecuencia, al desarrollar la CST-R para Dinamarca, esto se consigue obteniendo datos detallados de las encuestas de turismo por regiones y componentes para la recopilación de la CST-R, mientras que los datos de las cuentas nacionales se utilizan para complementar los datos turísticos. La contabilidad y la modelización de la CST-R confluyen en un sistema.

Sin embargo, se han hecho esfuerzos por establecer un grupo de trabajo de la CST-R danesa, compuesto por Estadísticas de Dinamarca, Visite Dinamarca, las autoridades regionales y el Centro de Investigación Regional y Turística. Al hacer esto, Dinamarca está entrando en el detallado y útil plan de acción sugerido por el Profesor Frechtling para el Enfoque de Asignación Regional, aunque, como se ha indicado, esto estará combinado con elementos relevantes del Enfoque de Cuenta. En consecuencia, actualmente se está implementando en Dinamarca un desarrollo más avanzado de la CST-R.

## REFERENCIAS

- Brændvang, A.K., P. Dybedal, S. Johansen and K. Sørensen (2001): Regional satellite accounts for tourism – data, concepts, methods and applications. Paper presented at the 41th European congress of RSA at Zagreb.
- Denmark National Tourism Organisation (2003): Turismens økonomiske betydning 2002 – nationalt og regionalt, Danmarks Turistråd.
- Denmark National Tourism Organization (2004): Turismens økonomiske betydning 2003 – nationalt og regionalt, Danmarks Turistråd.
- Denmark National Tourism Organization (2006): Turismens økonomiske betydning 2005 – nationalt og regionalt, Danmarks Turistråd.
- Delisle, J. (1999): The Canadian national tourism indicators: a dynamic picture of the satellite account. *Tourism Economics*, 5 (4), 331-343.
- Eurostat (2002): European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts – based on the internationally approved “Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework”, final draft version 1.0.
- Frechtling, D.C. (1999): The tourism satellite account: foundation, progress and issues. *Tourism Management*, 20 163-170.
- Jones, C. (2006): Tourism Satellite Accounts: The Regional Perspective, Seminar paper.
- Madsen, B, C. Jensen-Butler, P. U. Dam and H. Johnson (2001a): The LINE-model, AKF, Denmark.
- Madsen, B, C. Jensen-Butler and P. U. Dam (2001b): A Social Accounting Matrix for Danish Municipalities. AKF, Denmark.
- Madsen, B and C. Jensen-Butler (2004): Theoretical and operational issues in sub-regional economic modelling illustrated through the development and application of the LINE model. *Economic Modelling*, Vol. 21 (3), 471-508
- Meis, S.M. (1999): The Canadian experience in developing and using the satellite tourism account. *Tourism Economics*, 5 (4), 315-330.
- Nordström J. (1996): Tourism satellite account for Sweden 1992-93. *Tourism Economics*, 2 (1), 13-42.
- OECD (2000): Measuring the Role of Tourism in OECD Economies – The OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment.
- Rütter, H. and A. Berwert (1999): A regional approach for tourism satellite accounts and links to the National Account. *Tourism Economics*, 5 (4), 353-381.
- Statistics Canada (2002) The Provincial and territorial tourism satellite accounts for Canada, 1996.
- UN and UNWTO, (2007): “2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008), New York, Madrid November 2007
- UN/Eurostat/ OECD/UNWTO (2008): 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. Madrid, Spain.
- UNWTO (1999): Tourism Satellite Account (TSA) – the Conceptual Framework. World Tourism Organisation, Madrid.
- UNWTO/Eurostat/ OECD/UN (2001): Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2001.
- UNWTO (2004): Tourism Satellite Account (TSA)- Implementation Project, Madrid.
- Zhang, Jie (2001): The Impact of tourism on the Economies of Danish Regions. AKF, Denmark.

Zhang, Jie (2002): Tourism impact analysis for Danish regions. *Tourism Economics*, No. 8 (2), 165-188.

Zhang, Jie (2005): Documentation on Regional Tourism Satellite Accounts in Denmark, AKF, Denmark.

Zhang, Jie, Bjarne Madsen and Chris Jensen-Butler (2007): Regional Economic Impact of Tourism: The Case of Denmark, *Regional Studies*, 41 (6), 839-853.

## APÉNDICE Tablas

**Tabla 1 Consumo del turismo receptor por productos y tipos de visitantes, 2006**  
(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)

Productos	Visitantes de pernoctación	Visitantes del día	Visitantes de turismo receptor
<b>A. Productos de consumo</b>			
<b>A. 1 Productos característicos del turismo</b>			
1 – Servicios de alojamiento	3.118	0	3.118
1.1.a – Alojamiento distinto a 1.b	2.393	0	2.393
1.1.b – Alojamiento, segundas residencias	725	0	725
2 – Servicios de alimentación y bebidas	3.045	775	3.820
3 – Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	133	36	169
4 – Servicios de transporte de pasajeros por carretera	348	93	440
5 – Servicios de transporte de pasajeros acuático	269	67	336
6 – Servicios de transporte de pasajeros por aire	269	67	337
7 – Servicios de alquiler de equipos de transporte	4	1	6
8 – Agencias de viajes y otros servicios de reservas	4.515	1.130	5.646
9 – Servicios culturales, recreativos y deportivos	724	187	911
<b>A. 2 Otros productos de consumo</b>			
1 Productos conectados con el turismo			
2.1.a - Petróleo	1.561	136	1.697
2.1.b – Alimentos, bebidas y tabaco	2.824	2.319	5.143
2.1.c – Productos manufacturados	3.190	1.145	4.335
2.1.d – Minoristas y mayoristas	830	277	1.106
2 – Productos de consumo no relacionados con el turismo			
2.2.a – Hogar y energía	1.929	0	1.929
2.2.b – Servicios privados y empresariales	1.027	336	1.363
2.2.c - Otros	1.636	627	2.263
<b>TOTAL</b>	<b>25.422</b>	<b>7.197</b>	<b>32.619</b>

**Tabla 2 Consumo del turismo receptor por productos y regiones, 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

<b>Productos</b>	<b>REGIÓN 1</b>	<b>REGIÓN 2</b>	<b>REGIÓN 3</b>	<b>REGIÓN 4</b>	<b>REGIÓN 5</b>	<b>DINAMARCA</b>
Productos característicos del turismo						
Servicios de alojamiento	947	309	845	540	477	3.118
Servicios de hostelería y restauración	1.896	413	581	469	460	3.820
Servicios de transporte	649	166	188	139	145	1.287
Servicios turísticos	2.668	496	1.051	706	725	5.646
Culturales, recreativos y deportivos	446	97	134	115	120	911
<b>Otros productos de consumo</b>						
Petróleo	581	196	430	245	245	1.697
Alimentos, bebidas y tabaco	2.475	483	812	560	813	5.143
Otros productos manufacturados	2.147	333	777	565	513	4.335
Minoristas y mayoristas	553	101	182	137	133	1.106
Otros	1.769	475	1.622	917	773	5.556
Suma:	14.131	3.070	6.623	4.391	4.404	32.619

Nota:  
 La Región 1 representa a la región de HOVEDSTADEN; la REGIÓN 2 a SJÆLLAND; la Región 3 a SYDDANMARK; la Región 4 a MIDTJYLLAND y la Región 5 a NORDJYLLAND.

**Tabla 3 Consumo del turismo interno por productos y tipos de visitantes, 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

<b>Productos</b>	<b>Visitantes de pernoctación</b>	<b>Visitantes del días</b>	<b>Visitantes internos</b>
<b>A. Productos de consumo</b>			
<b>A. 1 Productos característicos del turismo</b>			
1 – Servicios de alojamiento	1.365	0	1.365
1.1.a – Alojamiento distinto a 1.b	1.228	0	1.228
1.1.b – Alojamiento, segundas residencias	137	0	137
2 – Servicios de alimentación y bebidas	1.446	607	2.053
3 – Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	45	0	45
4 – Servicios de transporte de pasajeros por carretera	118	0	118
5 – Servicios de transporte de pasajeros acuático	74	16	90
6 – Servicios de transporte de pasajeros por aire	74	16	90
7 – Servicios de alquiler de equipos de transporte	1	0	1
8 – Agencias de viajes y otros servicios de reservas	894	199	1.093
9 – Servicios culturales, recreativos y deportivos	935	829	1.764
<b>A. 2 Otros productos de consumo</b>			
1 Productos conectados con el turismo			
2.1.a - Petróleo	2.224	914	3.138
2.1.b – Alimentos, bebidas y tabaco	2.172	140	2.312
2.1.c – Productos manufacturados	1.330	127	1.457
2.1.d – Minoristas y mayoristas	389	118	507
2 – Productos de consumo no relacionados con el turismo			
2.2.a – Hogar y energía	712	0	712
2.2.b – Servicios privados y empresariales	316	140	455
2.2.c - Otros	782	194	976
<b>TOTAL</b>	<b>12.876</b>	<b>3.300</b>	<b>16.176</b>

**Tabla 4 Consumo del turismo interno por productos y regiones, 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

<b>Productos</b>	<b>REGIÓN 1</b>	<b>REGIÓN 2</b>	<b>REGIÓN 3</b>	<b>REGIÓN 4</b>	<b>REGIÓN 5</b>	<b>DINAMARCA</b>
Productos característicos del turismo						
Servicios de alojamiento	398	134	381	237	215	1.365
Servicios de hostelería y restauración	777	262	424	361	229	2.053
Servicios de transporte	108	37	72	68	59	345
Servicios turísticos	307	154	249	213	170	1.093
Culturales, recreativos y deportivos	563	266	414	372	148	1.764
<b>Otros productos de consumo</b>						
Petróleo	1.119	379	607	565	468	3.138
Alimentos, bebidas y tabaco	350	420	543	530	469	2.312
Otros productos manufacturados	389	188	341	317	223	1.457
Minoristas y mayoristas	171	63	106	96	70	507
Otros	455	297	556	514	322	2.143
Suma:	4.636	2.198	3.696	3.272	2.374	16.176

**Tabla 5 Consumo del turismo interior por productos y tipos de visitantes, 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

<b>Productos</b>	<b>Consumo del turismo interior</b>	<b>Consumo del turismo interno de negocios</b>	<b>Consumo total del turismo interior</b>
<b>A. Productos de consumo</b>			
<b>A. 1 Productos característicos del turismo</b>			
1 – Servicios de alojamiento	4.483	7.065	11.548
1.1.a – Servicios de alojamiento distinto a 1.b	3.621	7.065	10.686
1.1.b – Servicios de alojamiento, segundas residencias	861	0	861
2 – Servicios de alimentación y bebidas	5.873	685	6.558
3 – Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	214	302	516
4 – Servicios de transporte de pasajeros por carretera	558	75	633
5 – Servicios de transporte de pasajeros acuático	426	2.116	2.542
6 – Servicios de transporte de pasajeros por aire	427	5.379	5.806
7 – Servicios de alquiler de equipos de transporte	7	179	186
8 – Agencias de viajes y otros servicios de reservas	6.738	1.527	8.266
9 – Servicios culturales, recreativos y deportivos	2.675	56	2.732
<b>A. 2 Otros productos de consumo</b>			
1 Productos conectados con el turismo			
2.1.a - Petróleo	4.835	1.893	6.728
2.1.b – Alimentos, bebidas y tabaco	7.455	90	7.545
2.1.c – Productos manufacturados	5.792	100	5.892
2.1.d – Minoristas y mayoristas	1.613	0	1.613
2 – Productos de consumo no relacionados con el turismo	0		
2.2.a – Hogar y energía	2.641	0	2.641
2.2.b – Servicios privados y empresariales	1.818	0	1.818
2.2.c - Otros	3.239	0	3.239
<b>TOTAL</b>	<b>48.795</b>	<b>19.467</b>	<b>68.261</b>

**Tabla 6 Consumo del turismo interior por productos y regiones, 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

<b>Productos</b>	<b>REGIÓN 1</b>	<b>REGIÓN 2</b>	<b>REGIÓN 3</b>	<b>REGIÓN 4</b>	<b>REGIÓN 5</b>	<b>DINAMARC A</b>
Productos característicos del turismo						
Servicios de alojamiento	1.345	444	1.227	777	691	4.483
Servicios de hostelería y restauración	2.673	674	1.006	830	690	5.873
Servicios de transporte	757	203	261	207	204	1.632
Servicios turísticos	2.975	650	1.300	919	895	6.738
Culturales, recreativos y deportivos	1.009	363	548	487	269	2.675
<b>Otros productos de consumo</b>						
Petróleo	1.699	575	1.038	810	713	4.835
Alimentos, bebidas y tabaco	2.825	903	1.355	1.090	1.282	7.455
Otros productos manufacturados	2.536	521	1.119	881	736	5.792
Minoristas y mayoristas	724	164	289	232	203	1.613
Otros	2.224	772	2.178	1.430	1.095	7.699
Suma:	18.768	5.268	10.319	7.663	6.778	48.795

**Tabla 7 Cuentas de producción de los sectores turísticos y otras industrias, 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

Productos \ Industrias	Hoteles	Restaurantes	Transporte por ferrocarril	Transporte por carretera	Transporte acuático	Transporte aéreo
A. Productos de consumo						
A.1 Productos característicos del turismo						
1 – Servicios de alojamiento	10.358					
2 – Servicios de alimentación y bebidas	712	29.021				
3 – Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril			9.736			
4 – Servicios de transporte de pasajeros por carretera				20.234		
5 – Servicios de transporte de pasajeros acuático					9.326	
6 – Servicios de transporte de pasajeros por aire						14.831
7 – Servicios de alquiler de equipos de transporte						
8 – Agencias de viajes y otros servicios de reservas						
9 – Servicios culturales, recreativos y deportivos						
A.2 Otros productos de consumo						
1 – Productos conectados con el turismo						
1.a - Petróleo				471		
1.b – Alimentos, bebidas y tabaco						
1.c – Productos manufacturados					20	
1.d – Minoristas y mayoristas	11	4.867	2	50	51	18
2 – Productos de consumo no relacionados con el turismo						
2.a – Hogar, construcción y energía						
2.b – Servicios privados y empresariales	15	3	729	44.479	155.891	72
2.c - Otros						
<b>TOTAL</b>	<b>11.096</b>	<b>33.891</b>	<b>10.467</b>	<b>65.234</b>	<b>165.288</b>	<b>14.921</b>

**Tabla 7 Cuentas de producción de los sectores turísticos y otras industrias (continuación), 2006**  
**(Precios corrientes, en millones de coronas danesas)**

Productos \ Industrias	Servicios turísticos y de transporte	Servicios de vivienda, alquiler y otros	Servicios culturales	Otras industrias	Otros servicios	Todos
A. Productos de consumo						
Productos característicos del turismo						
1 – Servicios de alojamiento		925				11.283
2 – Servicios de alimentación y bebidas				124.544		154.277
3 – Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril						9.736
4 – Servicios de transporte de pasajeros por carretera						20.234
5 – Servicios de transporte de pasajeros acuático						9.326
6 – Servicios de transporte de pasajeros por aire						14.831
7 – Servicios de alquiler de equipos de transporte		3.865				3.865
8 – Agencias de viajes y otros servicios de reservas	13.008					13.008
9 – Servicios culturales, recreativos y deportivos			50.555			50.555
A. 2 Otros productos de consumo						
1 – Productos conectados con el turismo						
1.a - Petróleo				88.585		89.057
1.b – Alimentos, bebidas y tabaco						
1.c – Productos manufacturados	1	38	74	446.784	1.715	448.632
1.d – Minoristas y mayoristas	110	161	46	1.396	281.474	288.187
2 – Productos de consumo no relacionados con el turismo						-
2.a – Hogar, construcción y energía				270.304		270.304
2.b – Servicios privados y empresariales	29.220	208.605	236	3.010	924.998	1.367.257
2.c - Otros		227	9	68.727	39.770	108.733
<b>TOTAL</b>	<b>42.340</b>	<b>213.822</b>	<b>50.920</b>	<b>1.003.350</b>	<b>1.247.957</b>	<b>2.859.286</b>