

Sistema de Cuentas Nacionales de México

Cuenta satélite del turismo de México 2015

Preliminar

Año base 2008



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Sistema de Cuentas Nacionales de México

Cuenta satélite del turismo de México 2015

Preliminar

Año base 2008



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

Obras complementarias publicadas por el INEGI sobre el tema:

Cuadros de oferta y utilización; Cuentas de bienes y servicios; Indicadores trimestrales de la actividad turística; Censos económicos; Sistema de clasificación industrial de América del Norte.

Catalogación en la fuente INEGI:

339.372 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México).
Sistema de Cuentas Nacionales de México : cuenta satélite del turismo de México
2015 : preliminar : año base 2008 / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.--
México : INEGI, c2016.

9 p.

1. Cuentas nacionales - México. 2. Turismo - Cuentas Nacionales - México.

Conociendo México

01 800 111 4634

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx

 **INEGI Informa**  **@INEGI_INFORMA**

Sistema de Cuentas Nacionales de México

Cuenta satélite del turismo de México, 2015

Año base 2008

Importancia del Turismo en la economía

El turismo se observa como impulsor del crecimiento económico del país, al contribuir en el desarrollo de las actividades económicas que satisfacen la demanda de los visitantes.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, negocios o por otros motivos¹.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), como encargado de realizar el Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM), y como parte de sus productos, presenta los resultados de la **Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) 2015**, con año base 2008.

Entre los principales resultados se muestran variables como el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT), el Consumo Turístico (CT), el Consumo Colectivo Turístico (CCT), la Formación Bruta de Capital Fijo Turístico (FBKFT), así como la Oferta y Utilización Turística (OyUT) en valores corrientes y constantes. Estos resultados se complementan con los obtenidos para los Puestos de Trabajo Ocupados Remunerados (PTOR) y un comparativo del PIBT respecto al Producto Interno Bruto de países que realizan este tipo de Cuenta Satélite. Finalmente, se realizan comparaciones del PIBT con otros sectores económicos.

1. Cálculos en valores corrientes

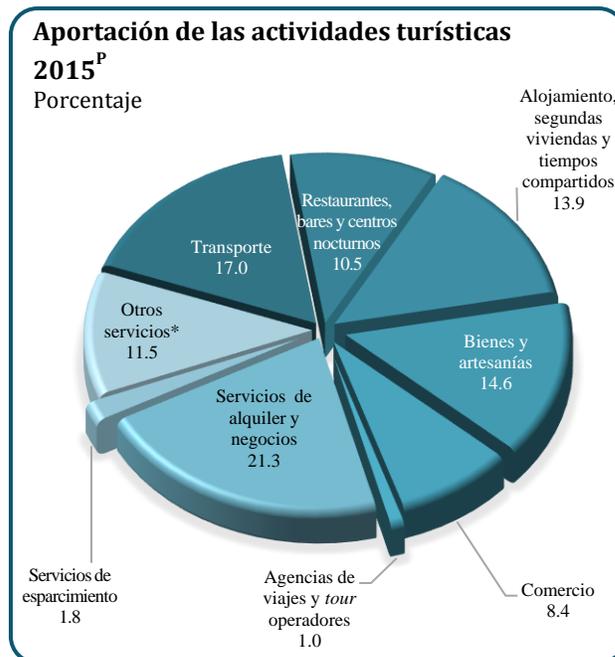
El PIBT representa el valor de todas las actividades características y conexas del sector, el cual para el año 2015 tuvo una participación de 8.7% en la economía total, en valores corrientes.

Esta expresión permite representar la valoración de los bienes y servicios turísticos a precios vigentes del año de estudio.

1.1 Composición del Producto Interno Bruto Turístico (PIBT)

En la composición del PIBT, para el año 2015 destaca la aportación de los servicios de alquiler y negocios con 21.3%; seguido por el transporte de pasajeros con el 17.0%; los bienes y artesanías con 14.6%; los servicios de alojamiento, tiempos compartidos y segundas viviendas con 13.9%; los otros servicios (incluye los servicios profesionales, de reparación y mantenimiento, médicos, entre otros) con 11.5%; los restaurantes, bares y centros nocturnos con 10.5%; el comercio con 8.4%; los servicios de esparcimiento con 1.8%; y finalmente, las agencias de viajes y tour operadores con 1.0 por ciento.

¹ ONU, OMT. Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008. Madrid/Nueva York, 2010. Pág. 10.



* Incluye los servicios profesionales, de reparación y mantenimiento, médicos, entre otros.

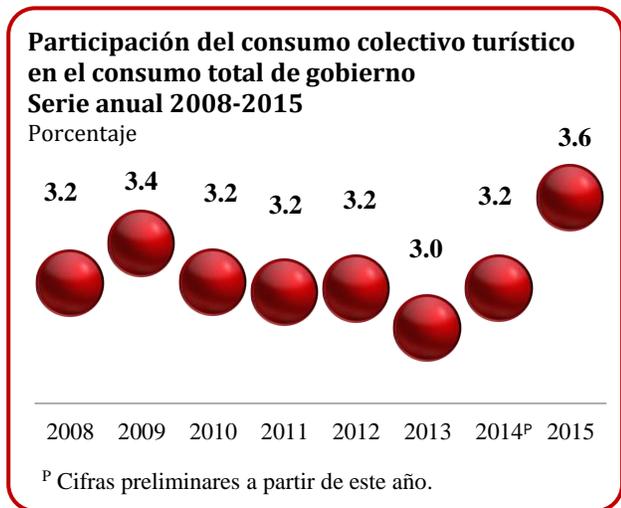
1.2 Consumo Turístico (CT)

Por su parte, el CT determinado por los gastos que realizan los visitantes se compone del Consumo Turístico Interno, (que para 2015 representó un 78.2% de participación), el Consumo Turístico Receptivo (con 13.6%), y por el Consumo Turístico Emisor (con 8.2 puntos porcentuales). Estos gastos a su vez son desglosados por motivo del viaje, ya sea por negocios, vacaciones u otros motivos, así como los gastos previos en el caso del turismo interno.



1.3 Consumo Colectivo Turístico (CCT)

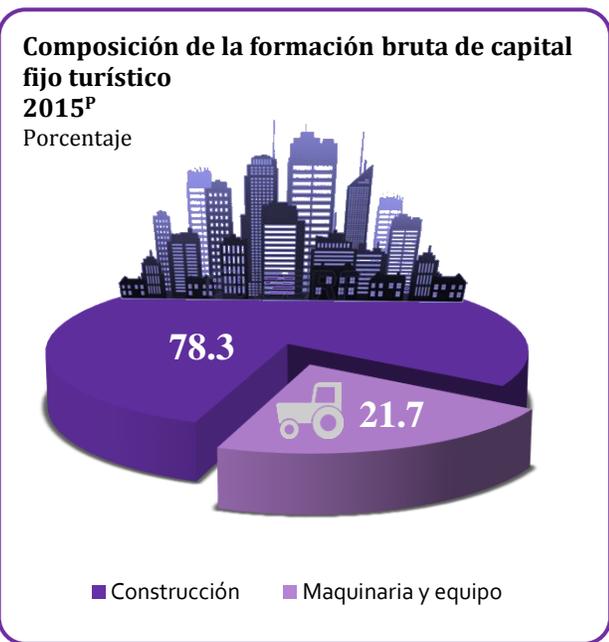
El CCT, representa el conjunto de servicios turísticos que proporciona el gobierno para beneficio de los visitantes. Para 2015, esta variable representó el 3.6%; respecto del consumo de gobierno del país, lo cual significó la mayor participación de toda la serie de estudio.



1.4 Formación Bruta de Capital Fijo Turístico (FBKFT)

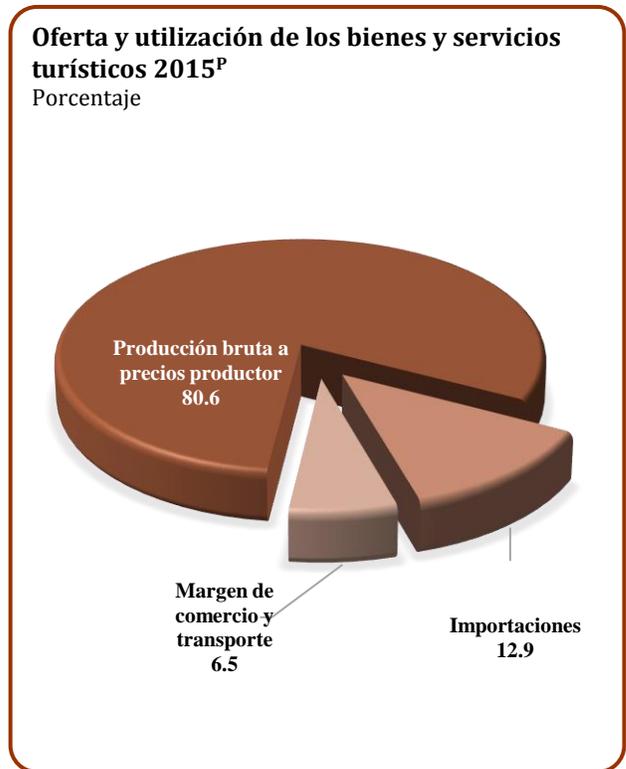
Otra variable relacionada con la actividad turística es la **FBKFT**, conformada por la Construcción y la Maquinaria y Equipo.

La composición de la **FBKFT** se encuentra integrada en un 78.3% por la construcción en infraestructura, edificaciones, carreteras y otras construcciones turísticas; mientras que el 21.7% restante corresponde a maquinaria y equipo, como aeronaves o autobuses de pasajeros.



1.5 Oferta Turística (OTur)

Otro elemento a destacar es el total de los bienes y servicios turísticos ofertados, que para el año de referencia representa el 6.6% de la oferta total de bienes y servicios del país.



En su composición, se destaca que el 80.6% se refiere a la producción bruta a precios productor como principal componente; así como el 12.9% de las importaciones; y el 6.5% del Margen de Comercio y Transporte (MCT), los cuales representan los mecanismos de comercialización y transporte de bienes puestos a disposición de los diferentes agentes de consumo.

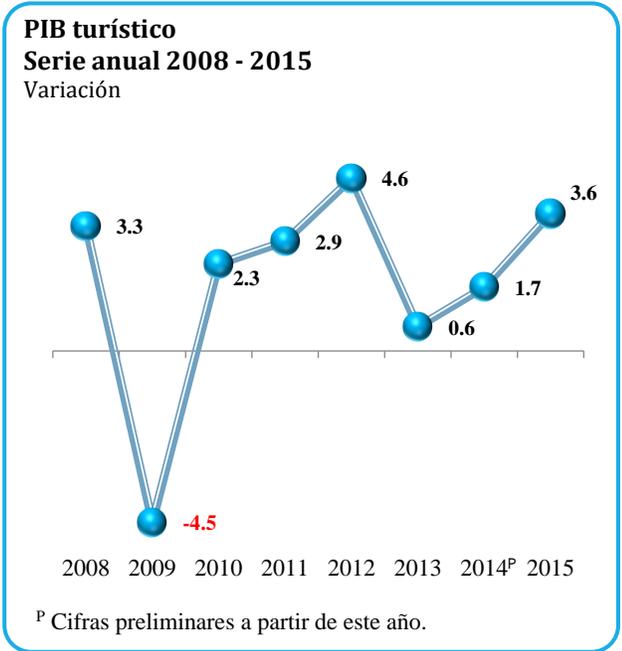
2. Cálculos en valores constantes

La valoración a precios constantes indica que los flujos monetarios se expresan en relación con las cantidades (unidades físicas) producidas en cada periodo, a precios de un año denominado “base”, es decir, se elimina el efecto de la inflación en los bienes y servicios turísticos. El año base de referencia de la **CSTM** es el 2008, en concordancia con el actual **SCNM**.

2.1 Producto Interno Bruto Turístico (PIBT)

El **PIBT** a precios de 2008 observó en el año 2015 una variación anual positiva de 3.6%, mientras que la variación de la economía se mostró en 2.5 puntos porcentuales, incluyendo los Servicios de Intermediación Financiera Medidos Indirectamente (SIFMI).

En cuanto a la variación anual de los bienes y servicios que integran el PIB turístico, se puede observar que los servicios de alojamiento, tiempos compartidos y segundas viviendas en su conjunto y los restaurantes, bares y centros nocturnos con 5.7% respectivamente; las agencias de viajes y *tour* operadores con 4.5%; los servicios de esparcimiento con 4.3%; los servicios de alquiler y de negocios con 3.3%; el servicio de transporte de pasajeros con 3.1%; otros servicios con 2.3%; el comercio con 1.5%; el mayor crecimiento corresponde a otras industrias turísticas con 11.0%, y finalmente los bienes y artesanía mostraron un decremento de 3.9 por ciento.



2.2 Consumo Turístico (CT)

En cuanto al comportamiento del consumo turístico por formas, es importante señalar que la mayor parte del gasto turístico es realizado por el turismo interno, el cual para 2015 presentó una variación anual del 1.1 por ciento. Por su parte, el turismo emisor creció en 0.4%, mientras que el turismo receptor mostró un crecimiento del 28.8 por ciento.

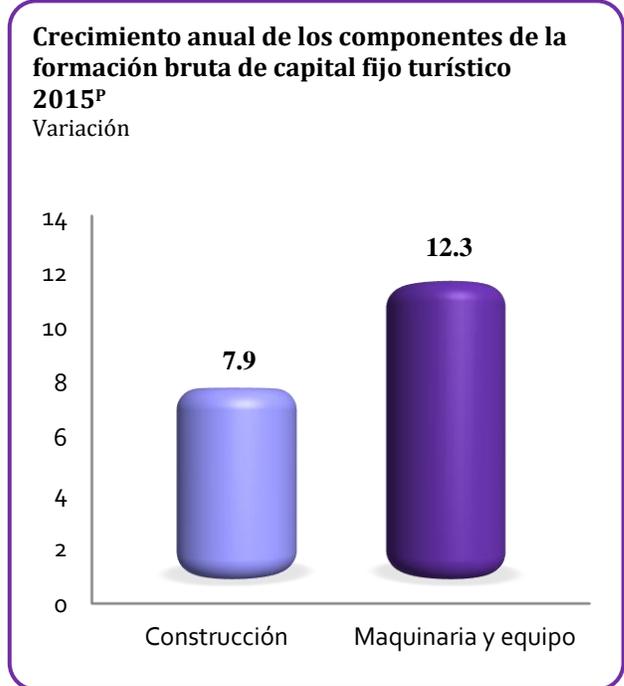
2.3 Consumo Colectivo Turístico (CCT)

Por su parte, el CCT presenta un crecimiento de 5.9%, variación superior al consumo total del gobierno general, el cual creció 2.3 por ciento.

2.4 Formación Bruta de Capital Fijo Turístico (FBKFT)

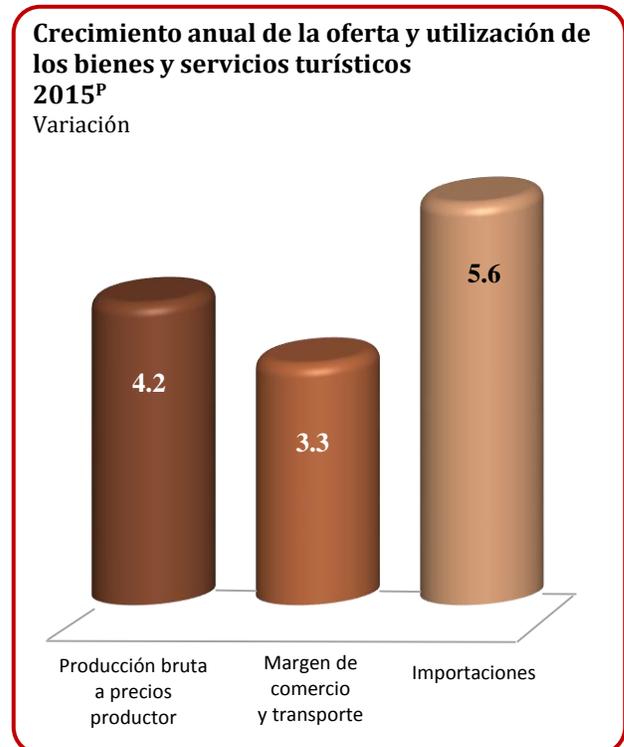
Por el lado de la inversión, se observa que la FBKF del país tuvo un crecimiento anual de 4.2% para el año 2015, en tanto que la inversión relacionada con la actividad turística creció en 9.1 por ciento. En el año de referencia

se observa que la construcción presentó un aumento del 7.9%, mientras que la maquinaria y equipo en 12.3 por ciento.



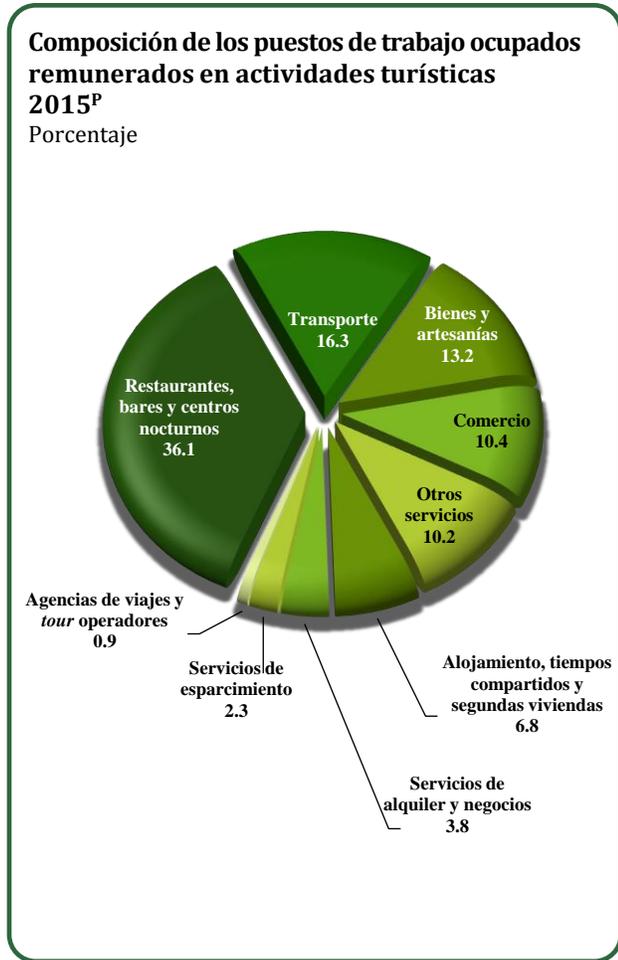
2.5 Oferta Turística (OTur)

Asimismo, se puede observar que la oferta turística tuvo un crecimiento del 4.3% durante el periodo de estudio. Por componentes, se observa que las importaciones se incrementaron en 5.6%; la producción lo hizo en 4.2%; mientras que el MCT creció en 3.3 por ciento.



3. Puestos de Trabajo Ocupados Remunerados (PTOR)

En esta sección se destaca el comportamiento del número de ocupaciones remuneradas promedio, requeridas o equivalentes para producir los bienes y servicios turísticos totales.



En el año 2015, el sector turismo generó 2.3 millones de puestos de trabajo, lo que representa el 5.8% respecto al total del país. La mayor contribución al interior del sector turismo corresponde a los restaurantes, bares y centros nocturnos con el 36.1%; le siguen en orden de importancia el transporte de pasajeros, con una participación de 16.3%; los bienes y artesanías con 13.2%; el comercio con 10.4%; el alojamiento, tiempos compartidos y segundas viviendas en su conjunto con 6.8%; los servicios de alquiler y negocios con 3.8%; los servicios de esparcimiento con 2.3%; las agencias de viajes y *tour* operadores 0.9 por ciento. El restante 10.2% lo constituyen más de 12 tipos de servicios.

² Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual 2008 (CST: TMC 2008) y las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (RIET).



4. Comparativo nacional e internacional

Con la intención de dimensionar el valor generado por el turismo del país, en términos del PIB, se presentan un par de gráficas comparativas con actividades económicas del país y con la actividad turística de otras naciones.

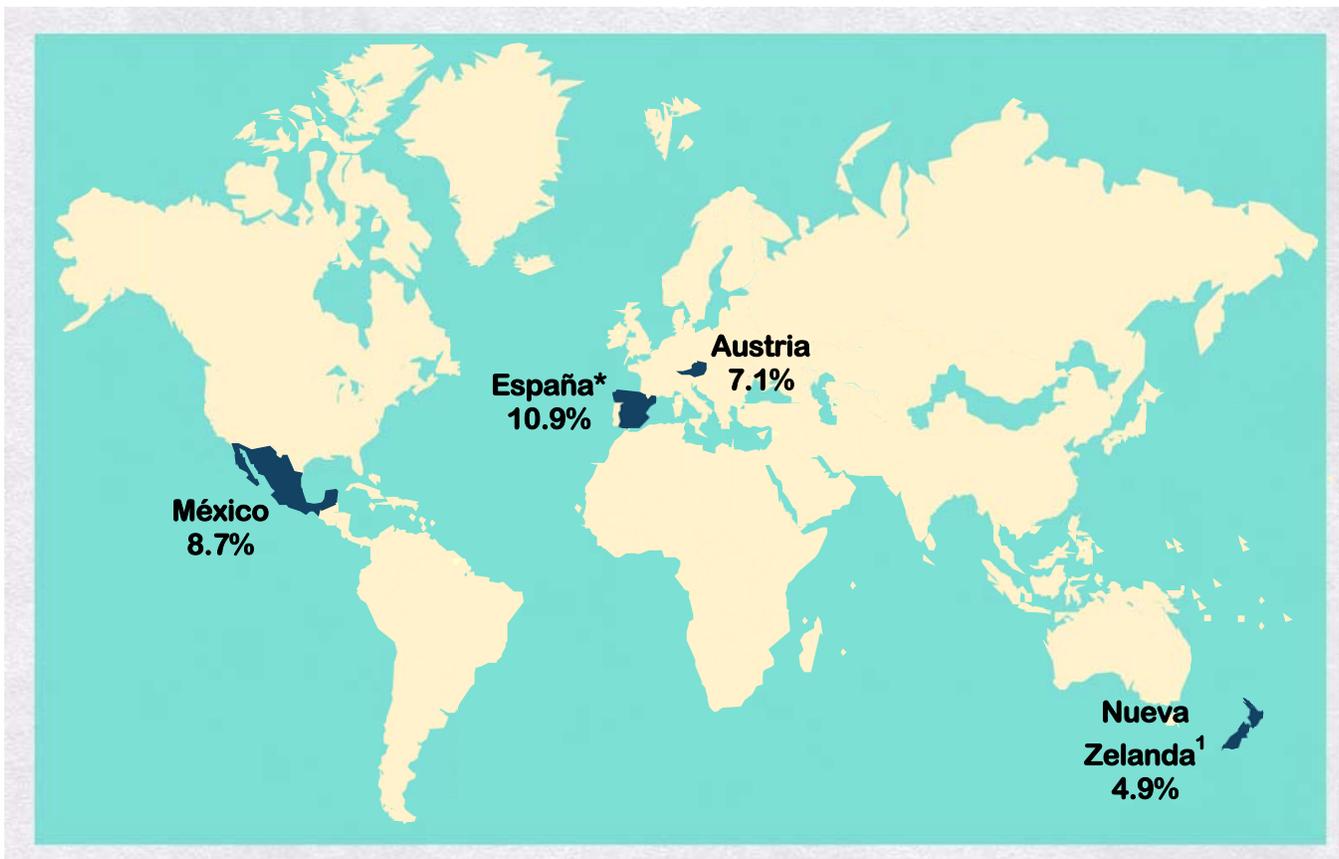
En la primera de ellas se puede observar la dimensión del PIB turístico en diferentes países del mundo, para la cual se utilizaron los datos disponibles más recientes de las CST en países seleccionados. Cabe destacar que estos estudios utilizan también como marco conceptual para sus mediciones las recomendaciones difundidas por la OMT².

Así por ejemplo, se destaca la participación de Austria con 7.1%, España con 10.9% (2014), Nueva Zelanda con 4.9% y nuestro país el 8.7 por ciento.

Asimismo, se puede observar que el PIB turístico de México, a precios básicos, es mayor que el PIB total (incluido el turístico) de economías como Nueva Zelanda, República Eslovaca, Eslovenia y Luxemburgo.

Participación del PIB turístico en el total nacional para países seleccionados 2015^P

Porcentaje



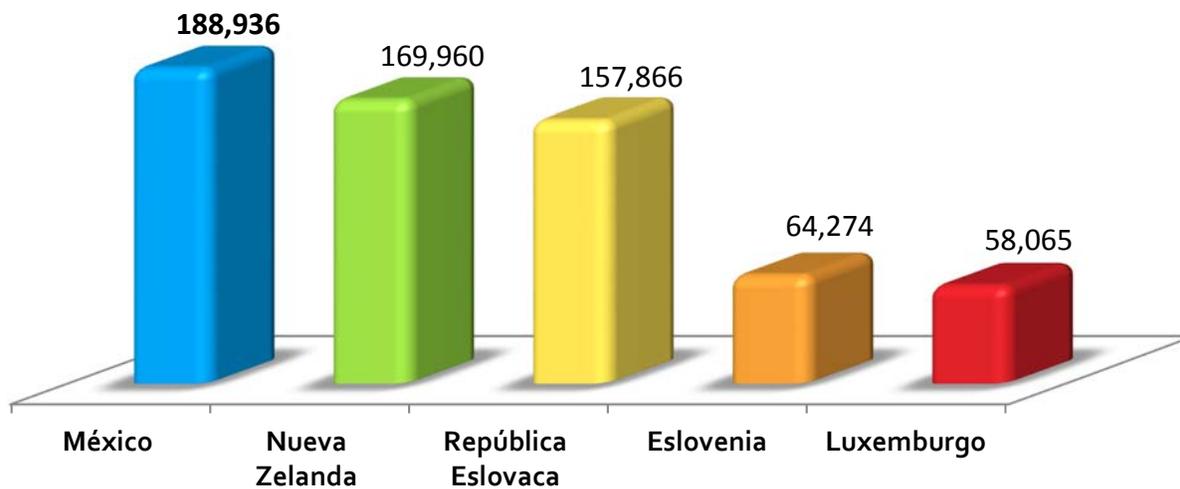
* Dato correspondiente al año 2014. Publicado el 22 de junio de 2016.

¹ Dato correspondiente al Valor Agregado Turístico Directo 2015.

Fuente: Elaboración propia con datos de las Cuentas Satélite de los países seleccionados.

PIB turístico de México en relación con el PIB total de países seleccionados 2015^P

Millones de dólares PPA



Fuente: OCDE. Cuentas Nacionales. PIB en millones de dólares PPA. 2015

En el contexto nacional, se puede observar que el PIB turístico (a precios básicos) ocupa una posición importante respecto de algunas actividades económicas del país. Aún cuando es menor que el sector manufacturero, resulta mayor que otras actividades como la construcción.

La información estadística relativa al sector turismo se encuentra disponible en el sitio de internet del INEGI, donde encontrará un resumen de los datos disponibles a partir de diversas gráficas, además de poder descargar cuadros estadísticos con las variables de su interés.

PIB turístico nacional en relación con actividades económicas seleccionadas

2015^P

Millones de pesos

