

# *Cuenta Satélite de Turismo de Perú*

Datos preliminares, 2002





## **Cuenta Satélite de Turismo de Perú** **Datos preliminares, 2002**

© Secretaría General de la Comunidad Andina  
Av. Aramburú cuadra 4. San Isidro Lima – Perú  
Teléfono: (511) 710 6400  
Fax: (511) 221 3329  
[www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)

### **GRUPO DE TRABAJO MULTISECTORIAL (CST 2002)**

#### **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo**

- Oficina General de Estudios Económicos
- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

#### **Presidencia del Consejo de Ministros**

- Secretaría de Descentralización

#### **Instituto Nacional de Estadística e Informática**

- Dirección Nacional de Cuentas Nacionales

#### **Ministerio del Interior**

- Dirección General de Migraciones y Naturalización
- Dirección de Turismo y Protección del Ambiente

#### **Ministerio de Transportes y Comunicaciones**

- Oficina de Estadística

#### **Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo**

- Oficina General de Estadística y Tecnología de la Información y Comunicaciones
- Dirección de Investigación Socioeconómico Laboral

#### **Banco Central de Reserva del Perú**

- Departamento de Balanza de Pagos

#### **Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo**

- Gerencia de Investigación de Mercados

#### **Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial**

- Área de Planeamiento y Proyectos

#### **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria**

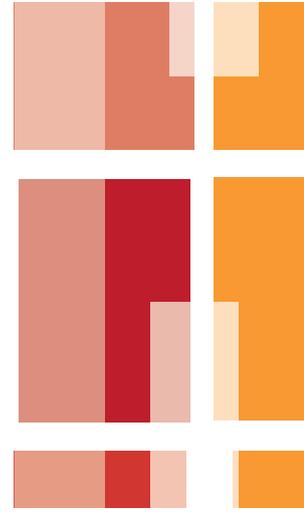
- Gerencia de Estudios Tributarios

#### **Cámara Nacional de Turismo**

- Gerencia General

### **DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:**

Lorena Herencia Espinoza



***Cuenta Satélite de Turismo de Perú***  
Datos preliminares, 2002

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
Oficina General de Estudios Económicos

## Presentación

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) consciente de la importancia económica y social que tiene la actividad turística para el país y en concordancia con la Ley General del Turismo (Ley 29408) y los objetivos establecidos en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2008-2018 presenta el documento “*Cuenta Satélite de Turismo de Perú, Año de Evaluación 2002*” cuya finalidad es mostrar los resultados macroeconómicos del turismo tanto desde la perspectiva del consumo turístico realizado por los visitantes internacionales e internos que visitan el país, como desde el enfoque de la oferta turística que responde a los requerimientos de estos visitantes y muestra el aporte del turismo al crecimiento de la economía, ya sea creando empleos, generando divisas, ingresos fiscales, entre otros aspectos.

En este sentido el documento que se presenta es un valioso instrumento de consulta para los responsables en la toma de decisiones, así como para las empresas, investigadores y otros usuarios interesados en tomar conocimiento de las características y el desarrollo del turismo en nuestro país.

La Cuenta Satélite de Turismo 2002 adopta los lineamientos descritos en los documentos “Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, 2000”, de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y de la “Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000”, elaborados por la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas, con la participación de la Comisión de las Comunidades Europeas, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y la Organización Mundial del Turismo.

Es importante destacar la participación y el asesoramiento del Grupo de Trabajo Multisectorial que en esta oportunidad acompañó el proceso de elaboración de la CST, y estuvo conformado por once instituciones vinculadas a la actividad turística: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) a través de la Oficina General de Estudios Económicos, Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN), Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo (PROMPERU), Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC); Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)-Secretaría de Descentralización y la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), a quienes expresamos nuestro reconocimiento y agradecimiento por su valiosa colaboración.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

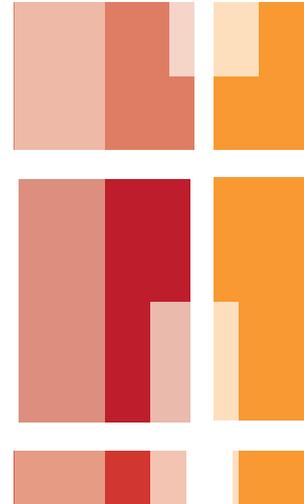
# *Cuenta Satélite de Turismo de Perú*

Datos preliminares, 2002

## *Contenido*

*Pág.*

<b>Introducción</b>	<b>7</b>
<b>Resumen Ejecutivo</b>	<b>8</b>
<b>1. La importancia del turismo en la Economía</b>	<b>10</b>
1.1 Aporte del turismo a la economía nacional	10
1.1.1 Producto Bruto Interno Turístico (PBIT)	10
1.1.2 Contribución de las actividades económicas turísticas en la generación del PBIT	11
1.1.3 Relación de la producción turística con la producción total	12
1.1.4 Consumo Turístico Interior	12
1.1.5 Balance de oferta-utilización de los productos turísticos	13
1.1.6 Empleo en las actividades turísticas	14
<b>2. Objetivos de la Cuenta Satélite de Turismo</b>	<b>15</b>
<b>3. Marco Conceptual de la Cuenta Satélite de Turismo</b>	<b>16</b>
3.1 Características	17
3.2 Perspectiva de la demanda	18
3.2.1 Entorno habitual	18
3.2.2 Duración de la estancia	18
3.2.3 Motivo principal del viaje	18
3.2.4 Clasificación de los visitantes	19
3.2.5 Productos característicos del turismo	19
3.3 Perspectiva de la oferta	19
3.3.1 Actividades características del turismo	20
<b>4. Metodología del cálculo de la Cuenta Satélite de Turismo</b>	<b>21</b>
4.1 Fuentes de información	21
4.2 Flujo turístico	23
4.2.1 Flujo de visitantes internacionales	23
4.2.2 Flujo de visitantes internos	24
4.3 Consumo turístico	25



4.3.1 Consumo turístico receptivo	25
4.3.2 Consumo turístico interno	26
4.3.3 Consumo turístico emisor	27
4.3.4 Otros componentes del consumo	28
4.4 Oferta turística	30
4.4.1 Actividades características	30
4.4.2 Actividades conexas	57
4.4.3 Actividades no específicas	59
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>62</b>
<b>6. RECOMENDACIONES</b>	<b>66</b>
<b>7. ANEXOS</b>	<b>70</b>
Tablas de la Cuenta Satélite de Turismo	70-83

# *Cuenta Satélite de Turismo de Perú*

Datos preliminares, 2002

## *Introducción*

Desde el año 2003 el Perú viene desarrollando los trabajos de Cuenta Satélite de Turismo en coordinación con el Grupo de Trabajo Multisectorial quienes acompañan el proceso de elaboración y validan los resultados de la CST, tomando en cuenta las recomendaciones de la OMT y en el marco de las cuentas nacionales.

Reconocida la importancia del turismo en el plano económico y su impacto en el ámbito cultural, político y ambiental, debemos señalar que el esquema de las cuentas nacionales no discrimina la oferta ni demanda turística, es decir, no se aprecia la participación del turismo en la economía, porque no es un sector como lo es la agricultura, la pesca, la minería, etc. y en la demanda, las cuentas nacionales tampoco calculan el consumo turístico, lo que no permite identificar de manera específica el turismo en el marco de las cuentas nacionales.

Por consiguiente, la Cuenta Satélite de Turismo 2002 tiene como objetivo primordial cuantificar la oferta y la demanda de bienes y servicios que se brindan a los visitantes y para ello deben utilizarse diversas fuentes de información estadística así como estudios especializados que caracterizan la actividad turística.

El presente documento consta de cuatro capítulos:

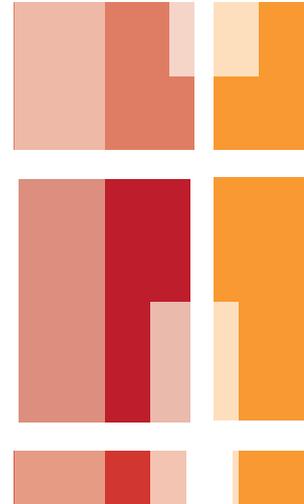
El primero contiene información sobre los resultados globales de los principales agregados turísticos como los datos de producción, consumo y empleo que reflejan la importancia del turismo en la economía del país.

El segundo capítulo describe brevemente los objetivos trazados que conllevaron a la elaboración de la CST 2002, teniendo como eje central la medición económica de las actividades relacionadas al turismo.

El tercero presenta el marco conceptual de referencia en el que se fundamenta este trabajo, que contiene las principales características y definiciones del turismo respecto a los visitantes, productos y actividades económicas.

El último capítulo muestra las principales fuentes de información, la metodología utilizada para la determinación del flujo turístico de visitantes internacionales e internos, así como aquella empleada para la medición económica del consumo turístico en sus tres formas principales y para la medición de la oferta turística, basada en las actividades económicas características, conexas y no específicas relacionadas al turismo.

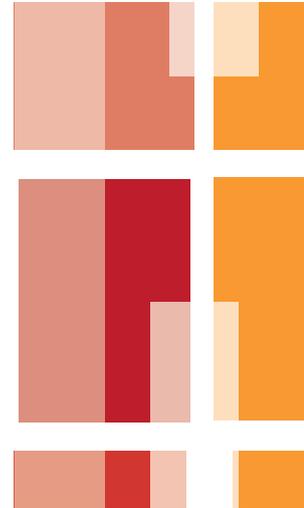
Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones derivadas de este trabajo y las tablas de la Cuenta Satélite de Turismo.



## Resumen Ejecutivo

- El **Producto Bruto Interno Turístico (PBIT)** en el año **2002** representó **3,6%** del **PBI total del Perú**.
- Las **actividades características** aportaron el **85,3% del PBIT**, las **conexas** el **8,7%** y las **actividades no específicas** el **1,2%**. El **4,8%** restante lo conformaron los **impuestos a los productos**.
- Dentro de las actividades características, las que más contribuyeron a la generación del PBIT fueron el **transporte de pasajeros** con una participación de **24,3%**, **restaurantes y similares** con **20,0%** y la **actividad hotelera** con **15,5%**.
- El **Consumo Turístico Interior**, variable central del consumo, **aportó a la economía el 6,7% del PBI del Perú**.
- El componente de mayor participación en el consumo turístico interior fue el **consumo interno** con **70,8%**, y en segundo lugar se ubicó el **consumo turístico receptivo** con **21,9%**.
- En el **turismo receptivo** se registró la llegada de **1 063 606 turistas** y **240 446 excursionistas**, extranjeros y peruanos residentes en el exterior.
- El **turista receptivo** presentó un **gasto promedio de S/. 2 722 durante su viaje al Perú**, con una **permanencia media de 15 noches**.
- El **consumo del turista receptivo** se centró en tres servicios: **transporte de pasajeros, alojamiento y alimentación y bebidas** que, en conjunto, **representaron el 76,6% de su gasto total**.
- El **gasto del excursionista receptivo fue de S/. 189** siendo los principales rubros de consumo, el **servicio de provisión de alimentos y bebidas** y el **servicio cultural y de entretenimiento**, que **representaron 33,2% y 28,5% de su gasto total**, respectivamente.
- El número de **viajes de los turistas internos** ascendió a **22 668 013** y el de **excursionistas** a **45 634 485**.
- El **turista interno** tuvo un **gasto promedio de S/. 345** y su **permanencia en el lugar visitado fue de 6,9 noches**.
- Los principales **servicios adquiridos por el turista interno** fueron el **transporte de pasajeros** que significó **35,0% de su gasto**, seguido de la **provisión de alimentos y bebidas** con **18,4%** y, en tercer lugar, el **servicio de alojamiento** que **representó 12,2%** de dicho gasto.

- El **excursionista interno**, cuyo **gasto promedio en sus visitas del día fue de S/. 37**, destinó alrededor del **50% al consumo alimentos y bebidas**.
- En el **turismo emisor** se contabilizó la **salida al exterior de 1 269 624 turistas y 141 606 excursionistas residentes**.
- El **gasto promedio del turista emisor fue de S/. 2 147** y tuvo una **estancia media de 14 noches** en el país visitado.
- En su viaje al exterior el turista destinó el **31,6% de su consumo al servicio de transporte de pasajeros**, un **23,3% al alojamiento** y un **20,2% a la compra de otros bienes**.
- El **excursionista emisor gastó alrededor de S/. 100** destinando cerca del **60% a la adquisición de bienes, alimentos y bebidas**.
- El **empleo directo generado por las actividades económicas relacionadas al turismo representó 3,5% del personal ocupado del país**. El 49,5% fueron trabajadores remunerados y el porcentaje restante estuvo constituido por los no remunerados.
- Las **actividades características contribuyeron con el 91,5% del empleo directo**, en tanto que las **conexas lo hicieron con el 7,9%** y las **no específicas con 0,6% del total**.



# 1. La importancia del Turismo en la Economía

## 1.1 APOORTE DEL TURISMO A LA ECONOMÍA NACIONAL

### 1.1.1 Producto Bruto Interno Turístico (PBIT)

El Producto Bruto Interno Turístico (PBIT) mide la producción de bienes y servicios turísticos generados en el país en un determinado periodo. Se valora a precios de mercado y su medición se hace habitualmente a partir del valor agregado de las actividades económicas, incluyéndose además el Impuesto General a las Ventas (IGV) y los impuestos a las importaciones.

El PBIT del año 2002 alcanzó un valor de S/. 7 188,0 millones, que representó el 3,6% del Producto Bruto Interno (PBI) del país.

En su composición, el valor agregado de las actividades turísticas contribuyó con el 95,2%, destacando notablemente la participación de las actividades características, mientras que los impuestos a los productos significaron 4,6% y los impuestos sobre los bienes importados para el consumo turístico sólo el 0,2%.

**Cuadro 1.1**  
**Producto Bruto Interno Turístico, 2001 - 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

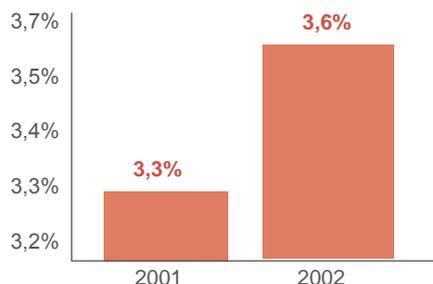
Rubro	2001	%	2002	%
<b>Producto Bruto Interno del país</b>	<b>187 251,0</b>		<b>199 937,0</b>	
<b>Producto Bruto Interno Turístico</b>	<b>6 146,4</b>	<b>100,0</b>	<b>7 188,0</b>	<b>100,0</b>
Valor Agregado	5 846,0	95,1	6 841,4	95,2
Actividades características del turismo	5 269,1	85,7	6 128,9	85,3
Actividades conexas al turismo	502,5	8,2	622,7	8,7
Actividades no específicas del turismo	74,4	1,2	89,7	1,2
Impuestos a los productos	289,1	4,7	329,4	4,6
Impuestos sobre las importaciones	11,3	0,2	17,4	0,2
<b>Porcentaje respecto al Producto Bruto Interno del país (%)</b>	<b>3,3</b>		<b>3,6</b>	

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 1.1**  
**Aporte del Producto Bruto Interno Turístico al PBI Nacional, 2001 - 2002**



*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

## 1.1.2 Contribución de las actividades características del turismo en la generación del PBIT

Entre las actividades económicas vinculadas al turismo que más aportaron en la generación del PBIT encontramos cuatro principales: el transporte de pasajeros, en sus diferentes modalidades (terrestre, aéreo y acuático) con una contribución de 24,3%, siguiendo el servicio de restaurantes y similares cuyo aporte fue 20,0%, en tercer lugar se ubicó el servicio ofrecido por la actividad hotelera con 15,5%, y luego los servicios culturales y de entretenimiento que tuvieron una participación de 12,3%. Estas cuatro actividades, en conjunto, representaron el 72,1% del total, evidenciando su importancia económica para atender las necesidades del turismo.

Cabe destacar, además, la producción de artesanía y de otros servicios (entre los que se incluye los brindados por agencias de viaje) ofrecidos a los visitantes durante sus viajes al Perú, que contribuyeron con el 23,1% en la generación del PBIT.

**Cuadro 1.2**  
**Producto Bruto Interno Turístico, según actividad económica, 2001 - 2002**  
(Participación porcentual)

Actividad económica	2001	2002
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Hoteles y similares	14,6	15,5
Segundas viviendas en propiedad	3,5	3,4
Restaurantes y similares	18,6	20,0
Transporte de pasajeros	27,0	24,3
Agencias de viaje y similares	5,2	5,1
Servicios culturales y de entretenimiento	12,1	12,3
Servicios financieros y seguros	0,4	0,5
Producción de artesanía	4,4	4,2
Otras actividades	9,4	9,9
Impuestos y derechos importación	4,9	4,8

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 1.2**  
**PBIT, según actividad económica, 2002**  
(Participación porcentual)



*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### 1.1.3 Relación de la producción turística con la producción total

En relación a la incidencia que presentó la producción de las actividades características respecto al total del país, se constató la importancia económica de la producción turística en la economía nacional. En orden de importancia, se puede señalar que la producción de las agencias de viaje y similares estuvo totalmente destinada al turismo, al significar el 100% del valor presentado por las cuentas nacionales; los servicios de alojamiento ofertados a los visitantes representaron el 87,8% de la producción total de esta actividad, mientras que, los servicios culturales y de entretenimiento se ubicó en el tercer lugar con una participación de 34,8%.

La producción turística del transporte de pasajeros así como de los restaurantes significó 30,8% y 20,5% de la producción total del sector respectivo.

**Cuadro 1.3**  
**Producción de las actividades características del turismo y su participación en**  
**cuentas nacionales, 2002**  
(Porcentaje)

Actividad característica	Total	Turístico	No turístico
Hoteles y similares	100,0	87,8	12,2
Segundas viviendas en propiedad	100,0	3,9	96,1
Restaurantes y similares	100,0	20,5	79,5
Transporte de pasajeros	100,0	30,8	69,2
Agencias de viaje y similares	100,0	100,0	0,0
Servicios culturales y de entretenimiento	100,0	34,8	65,2
Servicios financieros y seguros	100,0	0,8	99,2
Producción de artesanía	100,0	3,9	96,1

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### 1.1.4 Consumo Turístico Interior

El consumo turístico interior es el agregado central del consumo que recoge la información total de los gastos realizados por los visitantes receptivos e internos al interior del país. Comprende el gasto en efectivo por los bienes y servicios adquiridos y el gasto en especie, principalmente alimentación y alojamiento, que son proporcionados por familiares o amigos durante la estadía del visitante.

En el año 2002, el valor total de este agregado ascendió a S/. 13 440,3 millones, significando un aporte de 6,7% a la economía nacional.

El tipo de consumo de mayor relevancia fue el consumo turístico interno que contribuyó con un 70,8% en la generación de ingresos. Este resultado se sustentó esencialmente en el mayor volumen de turistas internos que se movilizaron dentro del país, equivalente a 21 veces el de turistas receptivos y, en términos monetarios significó 3,2 veces el consumo receptivo.

Los otros componentes del consumo que aportaron el 5,6% del consumo turístico interior, estuvieron conformados por las transferencias implícitas (servicios de alimentación y vivienda) que recibieron los visitantes durante su alojamiento en las viviendas de familiares o amigos, seguido de los servicios colectivos prestados por la administración pública, y finalmente, los servicios de cámaras y asociaciones y de la educación, que no son atribuibles directamente a los agentes económicos, pero que están vinculados al turismo.

**Cuadro 1.4**  
**Aporte del consumo turístico interior a la economía nacional, 2001 - 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

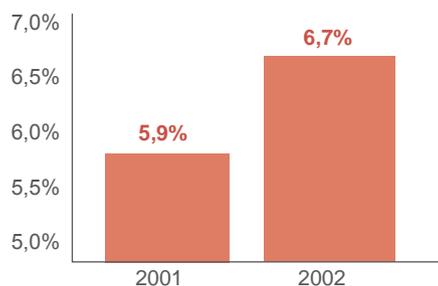
Rubro	2001	%	2002	%
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>187 251,0</b>		<b>199 937,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Consumo turístico interior</b>	<b>11 122,1</b>	<b>100,0</b>	<b>13 440,3</b>	<b>21,9</b>
Consumo turístico receptivo	2 672,9	24,0	2 940,8	70,8
Consumo turístico interno	7 518,7	67,6	9 511,0	1,8
Consumo turístico emisivo (componente interno-Perú)	247,9	2,2	237,0	
Otros componentes del consumo del visitante (Operaciones no monetarias)	682,7	6,1	751,5	5,6
<b>Porcentaje respecto al Producto Bruto Interno del país (%)</b>	<b>5,9</b>		<b>6,7</b>	

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 1.3**  
**Aporte del consumo turístico interior a la economía nacional, 2001 - 2002**



*Fuente: BCRP, INEI, PromPerú*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### 1.1.5 Balance de oferta-utilización de los productos turísticos

Las cuentas de oferta y utilización consolidan la información económica y permiten hacer un análisis de la producción y de su uso o destino.

La oferta turística total estuvo constituida por la producción a precios básicos (76,0%), la importación de bienes y servicios, los márgenes comerciales, impuestos a los productos y las transferencias de los hogares hacia los visitantes.

El uso de esta oferta se concentró mayormente en el consumo turístico interno en un 60,2% del total y un 18,2% de los bienes y servicios producidos fue adquirido por los visitantes receptivos. El 4,6% correspondió al valor de los servicios utilizados de manera colectiva y a la transferencia de alimentos y vivienda.

**Cuadro 1.5**  
**Oferta y utilización de la producción turística, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Oferta Turística		Utilización turística	
Rubro	Valor	Rubro	Valor
Producción a precios básicos <sup>1</sup>	12 290,7	Consumo de turismo receptivo	2 940,8
Márgenes de comercio	260,6	Consumo de turismo interno	9 748,0
Importaciones CIF	2 921,9	Consumo de turismo emisor	2 739,6
Derechos de importación	17,4	Consumo colectivo y transferencias	751,5
Impuestos a los productos	329,4		
Transferencia de hogares	359,9		
<b>TOTAL</b>	<b>16 179,9</b>	<b>TOTAL</b>	<b>16 179,9</b>
<b>Estructura porcentual (%)</b>		<b>Estructura porcentual (%)</b>	
Producción a precios básicos <sup>1</sup>	76,0	Consumo de turismo receptivo	18,2
Márgenes de comercio	1,6	Consumo de turismo interno	60,2
Importaciones CIF	18,1	Consumo de turismo emisor	16,9
Derechos de importación	0,1	Consumo colectivo y transferencias	4,6
Impuestos a los productos	2,0		
Transferencia de hogares	2,2		
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

1. No incluye márgenes de comercio que se registran separadamente.

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.

Fuente: INEI, MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

### 1.1.6 Empleo en las actividades turísticas

En el transcurso del año 2002 las actividades relacionadas con el turismo favorecieron la creación de 290 mil empleos directos, concentrando el mayor número de personas ocupadas en la actividad de restaurantes con un 42,1% del total. En menor proporción, los servicios culturales y de entretenimiento generaron el 15,1% de empleos, el transporte de pasajeros el 11,3% en tanto la producción de artesanía y la actividad hotelera, contribuyeron con la creación de empleos en 10,9% y 9,5%, respectivamente.

Del total del personal ocupado, resultó que el 49,5% fueron trabajadores remunerados, mientras que el porcentaje restante, 50,5% estuvo constituido por los no remunerados ubicados, en su mayoría, en las actividades de restaurantes y de producción de artesanías.

**Cuadro 1.6**  
**Personal ocupado en las actividades económicas turísticas, 2001 - 2002**  
(Miles)

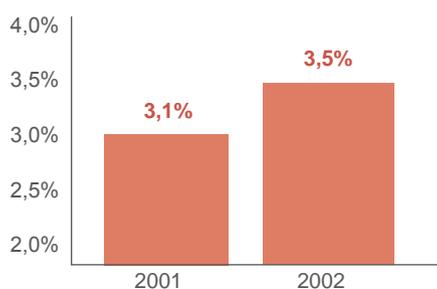
Actividad económica	2001	%	2002	%
<b>Total</b>	<b>251,1</b>	<b>100,0</b>	<b>290,4</b>	<b>100,0</b>
Hoteles y similares	25,5	10,2	27,7	9,5
Restaurantes y similares	94,9	37,8	122,4	42,1
Transporte de pasajeros	31,4	12,5	32,7	11,3
Agencias de viaje y similares	6,2	2,5	7,1	2,4
Servicios culturales y de entretenimiento	38,6	15,4	43,8	15,1
Servicios financieros y seguros	0,3	0,1	0,4	0,2
Producción de artesanía	30,8	12,2	31,6	10,9
Otras actividades	23,4	9,3	24,8	8,5

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.

Fuente: INEI, MINCETUR

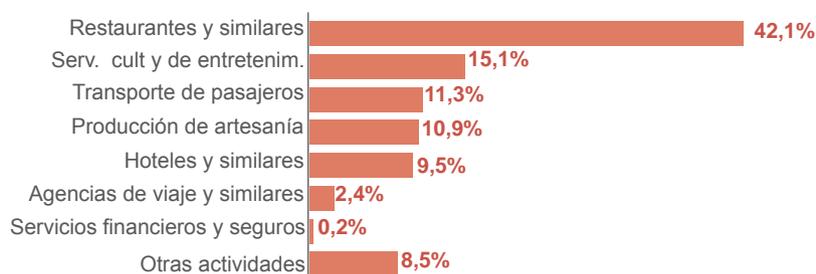
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

**Gráfico 1.4**  
**Aporte del empleo directo turístico en el empleo nacional, 2001 - 2002**



Fuente: INEI, MINCETUR  
 Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

**Gráfico 1.5**  
**Personal ocupado en turismo según actividad económica, 2002**  
 (Participación porcentual)



Fuente: INEI, MINCETUR  
 Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

## 2. Objetivos de la Cuenta Satélite de Turismo

La Cuenta Satélite de Turismo (CST) se puede describir como un conjunto de cuentas y tablas, basadas en los principios metodológicos del Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas, que presenta los distintos parámetros económicos del turismo de manera interrelacionada para una fecha de referencia dada.

Las cuentas y tablas se refieren a distintas variables, tanto de la oferta como de la demanda turística. En el caso de la oferta se estudian aspectos como la estructura de los costos de producción turística, el tipo de insumos necesarios para desarrollar su actividad, la mano de obra utilizada. En el caso de la demanda, se trata de identificar desde el punto de vista económico, a los diferentes tipos de turistas, al turismo interno frente al receptivo, al tipo de bienes y servicios demandados clasificados en característicos, conexos y no específicos.

Cada una de esas cuentas y tablas son útiles en sí mismas, es decir, proporcionan información sobre algún aspecto relevante del turismo (tanto desde la perspectiva

de demanda como de oferta). Pero la CST resultaría incompleta sin un análisis de interrelación oferta/demanda. Las tablas que contienen esa interrelación permiten obtener mediciones consistentes de la aportación del turismo a la economía (a través de variables como el PBI, el consumo, el empleo, etc.

Por tanto, los objetivos que se persiguen con la elaboración de una CST para Perú son básicamente:

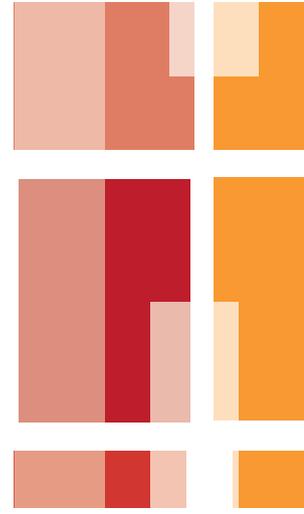
- Suministrar una medición completa de la relevancia económica del turismo en el Perú a través de indicadores macroeconómicos como el aporte del turismo al PBI.
- Conocer el aporte de consumo turístico interior al PBI de la economía.
- Conocer el aporte del turismo como generador de divisas en la balanza de pagos.
- Destacar el papel del turismo como generador de empleo o de los tributos internos.
- Caracterizar las estructuras de producción y/o costos de las industrias turísticas.
- Constituir un eficaz instrumento para diseñar medidas de política económica destinadas al desarrollo del sector turístico.
- Constituir el marco de referencia para elaborar estudios y/o perfiles turísticos del consumo de los visitantes receptivos, del turismo interno o emisivo, o de la oferta de determinadas industrias turísticas.
- Sistematizar la serie de datos, localizar sus deficiencias y omisiones, verificar la cobertura y coherencia del sistema estadístico de turismo.

### ***3. Marco conceptual de la Cuenta Satélite de Turismo***

El turismo es por naturaleza un conjunto de actividades de demanda, sin embargo, es preciso analizar su interacción con la oferta, y la incidencia que dicha oferta tiene sobre las variables macroeconómicas básicas del país.

En este contexto, en el análisis macroeconómico, la relación entre la oferta y la demanda se estudia mejor a través del marco general del Sistema de Cuentas Nacionales 1993 (SCN 1993) y más específicamente dentro del marco particular de las tablas de insumo producto. El SCN proporciona los conceptos, definiciones, clasificaciones, reglas contables, cuentas y cuadros, en un marco global e integrado para la estimación de la producción, el consumo intermedio, el consumo final, el valor agregado y otras variables económicas relacionadas.

Pero el marco conceptual de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), que debe seguir los mismos principios del SCN, tiene características propias lo que hace que el turismo sea especial. Así por ejemplo, el consumidor, que es la unidad de referencia básica de la CST, tiene un tratamiento diferente y especial no por lo que consume, sino por la situación provisional en que lo hace: si está fuera de su entorno habitual y viaja, o si está de visita en un lugar por un motivo distinto al del ejercicio de una actividad remunerada en el lugar de destino, y esta situación lo califica como cualquier otro consumidor. Para afrontar estas situaciones el SCN sugiere el uso de una llamada cuenta satélite, como una extensión del SCN, que comparte en mayor o en menor grado sus conceptos, definiciones y clasificaciones.



Por lo tanto, el marco de la CST se basa en el equilibrio que existe en la economía entre la demanda de bienes y servicios generada por el turismo y su respectiva oferta.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), es el organismo que viene impulsando la elaboración de la CST con ayuda de otros organismos internacionales, de consultores especializados y oficinas de estadísticas de los países.

Para promover su elaboración, la OMT ha publicado documentos metodológicos que los países vienen adoptando para implementar sus CST, entre estos cabe anotar la “Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual”, elaborado por un grupo de trabajo Inter-Secretarial, creado por la División de Estadísticas de las Naciones Unidas con la participación de la Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europea, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y la Organización Mundial del Turismo.

### 3.1 CARACTERÍSTICAS

El turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”<sup>1</sup>.

La utilización de este amplio concepto permite identificar tanto el turismo entre países como el turismo dentro del propio país. El “turismo” se refiere a todas las actividades de los visitantes, es decir incluidos los “turistas (visitantes que pernoctan)” y los “visitantes del día (excursionistas)”.

Con relación a un país determinado, se pueden distinguir los siguientes tipos de turismo:

1. Turismo interno: es el que realizan los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
2. Turismo receptivo: es el que efectúan los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.
3. Turismo emisivo: es el de los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.

Los tres tipos básicos de turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo entonces las siguientes categorías de turismo:

1. Turismo interior, que incluye el turismo interno y el turismo receptivo.
2. Turismo nacional, que agrega el turismo interno y el turismo emisivo.
3. Turismo internacional, que comprende el turismo receptivo y el turismo emisivo.

---

1. Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Comisión de las Comunidades Europeas, Organización Mundial del Turismo. Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2000.

## 3.2 PERSPECTIVA DE LA DEMANDA

Para los trabajos de la CST, se considera como consumo turístico el valor registrado estadísticamente de los bienes y servicios adquiridos por el visitante para su utilización como consecuencia de su actividad turística. Un mismo producto específico, como los servicios de hospedaje de un hotel por ejemplo, es turístico cuando el servicio es utilizado por un turista y es no turístico cuando es utilizado por un usuario que no está identificado como turista.

### 3.2.1 El entorno habitual

Definir el entorno habitual es necesario para distinguir al visitante de una localidad. Las recomendaciones del manual metodológico de la CST no definen “el entorno habitual”, en términos precisos. En la CST 2002 se define como “los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza en su vida cotidiana”.

Como se establece en las recomendaciones sobre estadísticas del turismo, el entorno habitual de una persona consiste en los alrededores de su hogar, de su lugar de trabajo o centro de estudios y otros lugares visitados frecuentemente. Tiene dos dimensiones:

- **Frecuencia:** lugares que son visitados frecuentemente por una persona (o de forma rutinaria). Se considera que estos lugares forman parte de su entorno habitual incluso aunque se puedan encontrar a una distancia considerable de su lugar de residencia.
- **Distancia:** lugares situados próximos al lugar de residencia de una persona, también forman parte de su entorno habitual, incluso si los lugares actuales son raramente visitados.

En este contexto y para nuestro caso, el concepto del entorno habitual de una persona, quedó establecido como “el distrito donde reside, trabaja y estudia, así como los distritos donde realiza actividades frecuentes al menos una vez por semana”. Esto es importante para definir a los visitantes que realizan turismo y excursionismo internos.

### 3.2.2 Duración de la estancia

Para que un viajero se vincule a la actividad turística, su estancia en el lugar visitado debe ser inferior a un año. Si permanece más de un año el lugar visitado, pasa a formar parte de su nuevo entorno habitual y deja de ser considerado como visitante.

Existen dos clases de visitantes: a) turista, que permanece una o más noches en el lugar visitado y, b) excursionista, que visita un lugar sin pernoctar en él.

### 3.2.3 Motivo principal de viaje

Generalmente a los turistas se les vincula con los que viajan por motivos de ocio, recreo y vacaciones, pero las definiciones de visitantes en la CST incluyen a todos aquellos que viajan o visitan un lugar con una finalidad diferente a la de “el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”, además de considerar el concepto de entorno habitual que, como hemos indicado, refleja el área donde una persona normalmente vive y trabaja. Por ende, un viajero por motivos de negocios o comerciales puede o no ser considerado como turista, según el lugar donde es remunerado y como desarrolla su actividad.

La OMT, en el documento de recomendaciones sobre el marco conceptual de la CST, del año 2000, clasifica los motivos de viaje en las siguientes categorías:

- Ocio, recreo y vacaciones
- Visitas a parientes y amigos
- Negocios y motivos profesionales
- Tratamiento de salud
- Religión, peregrinaciones
- Otros motivos

#### 3.2.4 Clasificación de los visitantes

Esta clasificación considera además de los motivos de viaje, el lugar de residencia habitual, generándose dos sub categorías particulares:

- *Visitantes internacionales*, cuyo país de residencia es diferente del país visitado; estos visitantes internacionales también incluyen a los nacionales que residen permanentemente en el extranjero.
- *Visitantes internos*, cuyo país de residencia es el país visitado; incluye a los nacionales y extranjeros que viven habitualmente en él.

#### 3.2.5 Productos característicos del turismo

La OMT propone una lista de productos, bienes y servicios, principalmente característicos, con la finalidad de comparar sus valores a nivel internacional. Esta lista fue diseñada a partir de la Clasificación Central de Productos (CCP), versión 1.0 y es la que se muestra a continuación:

1. Servicios de alojamiento
  - Hoteles y otros servicios de alojamiento
  - Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos
2. Servicio de provisión de alimentación y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros (terrestre, aéreo, acuáticos y otros conexos)
4. Servicios de las agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo
5. Servicios culturales
6. Servicios recreativos y otros de entretenimiento
7. Servicios turísticos diversos

### 3.3 PERSPECTIVA DE LA OFERTA

En el cálculo de la actividad turística, los establecimientos que atienden la demanda de los visitantes son unidades productivas de bienes y servicios y por asociación con los bienes y servicios que producen se pueden clasificar en: actividades específicas que incluyen a las actividades características y conexas, y actividades no específicas.

Las actividades que producen bienes y servicios característicos tienen la particularidad de que en ausencia de visitantes dejarían de existir en una cantidad significativa, o su nivel de consumo se vería disminuido. Las actividades conexas son las que producen bienes y servicios conexos al turismo, identificados como específicos en el país, sin embargo, este atributo no ha sido reconocido a nivel mundial.

Las actividades que no tienen una relación directa con el turismo y son producidos de manera marginal por las actividades turísticas, son bienes y servicios no característicos.

### 3.3.1 Actividades características del turismo

Las actividades vinculadas al turismo producen bienes y servicios consumidos por los visitantes, estos se clasifican según su importancia dentro del país y para su comparabilidad internacional en específicos y no específicos.

De acuerdo con las definiciones de la OMT, las actividades características del turismo son aquellas cuya producción principal es un producto característico del turismo. Teniendo como base la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), Rev. 3 y la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT), este organismo propuso una lista de actividades características a ser utilizadas en la elaboración de la cuenta satélite, las que han sido incorporadas en este trabajo y se indican a continuación:

1. Hoteles y similares
2. Segundas viviendas en propiedad (imputada)
3. Restaurantes y similares
4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera
6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros
7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros
8. Servicios anexos al transporte de pasajeros
9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros
10. Agencias de viajes y similares
11. Servicios culturales
12. Servicios deportivos y otros servicios de entretenimiento

Además de estas actividades, hemos considerado la Producción de Artesanías como una actividad característica dado el grado de importancia económica, social y cultural para el país, reconocida por el Estado como “un recurso turístico incorporable en todos los productos turísticos del Perú”<sup>2</sup>. Asimismo, se ha incluido la actividad Servicios Financieros y Seguros, por su creciente relevancia en el sector turístico, ante las mayores facilidades ofrecidas por el mercado financiero para acceder a sus productos.

---

2. Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal (Ley N° 29073).

## 4. Metodología del cálculo de la Cuenta Satélite de Turismo

### 4.1 FUENTES DE INFORMACIÓN

En la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo del Perú, se utilizó una importante cantidad de información estadística proporcionada por las diferentes fuentes de información públicas y privadas, así como estudios realizados sobre la actividad turística enfocada desde diversas aristas, principalmente económica, que se emplearon tanto para el cálculo del consumo turístico como para la determinación de la oferta destinada a los visitantes.

A continuación se describen las principales fuentes de información empleadas en este trabajo.

- 1) Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno (APOTUR)
- 2) Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)
  - Memoria 2002
  - Notas semanales
- 3) Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)
  - Perfil del Turista Nacional, 2003
  - Perfil del Turista Extranjero, 2002
  - Satisfacción del Turista Extranjero, 2002
  - Perfil del Visitante del Día, 2001
- 4) Comité de Tarjetas de Asistencia al Viajero (COTAVI)
  - Estadísticas de ventas de tarjetas de asistencia al viajero, 2002-2007
- 5) Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC S.A.)
- 6) Instituto Nacional de Cultura (INC)
- 7) Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
  - Compendio Estadístico, 2004
  - Encuesta Económica Anual, 2002
  - Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG)
  - Encuesta Permanente de Empleo (EPE), 2005
  - Índice de Precios al Consumidor Nacional, 2002
  - Tabla Insumo Producto, 2002
  - Oferta y Demanda Global, 1991-2002
- 8) Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA)

- 9) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
  - Directorio de establecimientos de hospedaje, 2002
  - Directorio de restaurantes, 2002
  - Directorio de agencias de viaje
  - Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), abril 2007-marzo 2008
  - Estadística Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje, 2003
  - Sondeos a establecimientos de hospedaje, restaurantes, transporte terrestre y aéreo, agencias de viaje, cámaras y asociaciones, productores y comercializadores de productos de artesanía, 2004-2005
  
- 10) Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)
  - Sistema Integrado de Información Financiera (SIAF)
  
- 11) Ministerio de Energía y Minas (MINEM)
  - Revista En Cifras, 2002
  
- 12) Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES)  
Institución dependiente Patronato del Parque de las Leyendas (PATPAL),
  
- 13) Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI, hoy MINCETUR)
  - Diagnóstico de la Artesanía Peruana, 2001
  
- 14) Ministerio del Interior (MININTER) – Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)
  - Reportes de entrada y salida de viajeros internacionales
  
- 15) Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)
  - Boletines de Estadísticas Ocupacionales, 2002
  
- 16) Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)
  - Directorio de empresas de transporte interprovincial
  - Flujo de pasajeros de transporte interprovincial
  
- 17) Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP)
  
- 18) Servicio Nacional de Turismo – Gobierno de Chile (SERNATUR)
  - Comportamiento del Turismo Receptivo, Año 2002
  
- 19) Superintendencia de Banca, Seguros y Asociación de Fondo de Pensiones (SBS y AFP)
  - Memoria anual, 2002
  
- 20) Revista Tráfico
  - Directorio Informativo Mensual de Transporte y Turismo, 2002

## 4.2 FLUJO TURÍSTICO

### 4.2.1 Flujo de visitantes internacionales

#### ○ *Turismo receptivo*

El flujo turístico receptivo del año 2002, fue calculado a partir de la información proporcionada por el Ministerio del Interior (MININTER) a través de la Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN), que registra a los viajeros internacionales que ingresan por todas las fronteras del país. Luego de esfuerzos desplegados para establecer una metodología de cálculo de los flujos turísticos internacionales, conjuntamente con el Viceministerio de Turismo (VMT), el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) y, teniendo como base la información total de la DIGEMIN para el año 2003, se logró determinar el flujo turístico receptivo por categoría de visitantes como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.1**  
**Llegada de visitantes internacionales, 2002**  
(Miles)

Visitante no residente	Categoría de visitante		
	Total	Turista	Excursionista
<b>Total</b>	<b>1 304,1</b>	<b>1 063,6</b>	<b>240,4</b>
Extranjero	1 236,9	997,6	239,3
Peruano residente en el exterior	67,2	66,0	1,2

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: MININTER-DIGEMIN*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

#### ○ *Turismo emisor*

De igual modo, el flujo turístico emisor del año 2002 fue calculado a partir de la información de la DIGEMIN, referente a los viajeros internacionales que salen por todas las fronteras del territorio peruano. Con la metodología anteriormente señalada para los flujos internacionales, se procedió a calcular el número de visitantes residentes que viajaron al exterior durante el año de evaluación, en sus respectivas categorías.

**Cuadro 4.2**  
**Salida de visitantes internacionales, 2002**  
(Miles)

Visitante residente	Categoría de visitante		
	Total	Turista	Excursionista
<b>Total</b>	<b>1 410,7</b>	<b>1 269,6</b>	<b>141,1</b>
Peruano	1 373,2	1 232,1	141,1
Extranjero	37,5	37,5	0,0

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: MININTER-DIGEMIN*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

## 4.2.2 Flujo de visitantes internos

En el presente apartado se presentan la metodología utilizada y el resultado del número de viajes de turismo interno, según categoría de visitante.

### ○ *Flujo de turistas internos*

Para determinar el número de turistas internos que se movilizaron al interior de territorio peruano durante el año 2002, se tomaron inicialmente los resultados globales del 2007 proporcionados por la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes 2007-2008 (ENVIR), complementándose con otros indicadores para ser estimados hasta el año de evaluación de la CST.

Es necesario señalar que entre los años 2007 y 2008, el MINCETUR realizó la primera encuesta de turismo interno denominada “Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), Abril 2007-Marzo 2008” que proporcionó el número de viajes pero sólo a nivel urbano, por lo que se debía incorporar el nivel rural, y para ello se utilizó información de la Encuesta Nacional Continua 2006 (ENCO) ejecutada por el INEI con la cual el número de viajes de turistas internos a nivel nacional, urbano y rural, para el año 2007 llegó a un total de 29,9 millones.

Con este resultado, tomando como base el año 2007 y con otros indicadores pertinentes como el transporte terrestre interprovincial de pasajeros, el movimiento aeroportuario de pasajeros, el tráfico ferroviario de pasajeros, arribos y pernoctaciones en establecimientos de hospedaje se realizaron diversos escenarios para calcular el flujo de turistas internos del 2002, que fueron analizados y evaluados en su totalidad, obteniéndose finalmente el número de viajes a nivel nacional que fue de 22,7 millones.

### ○ *Flujo de excursionistas internos*

Previo al cálculo del número de viajes de los excursionistas internos para el año 2002, se tuvo que evaluar el flujo de excursionistas para el 2007, empleando información de la ENVIR para el nivel urbano y ENCO para el nivel rural, obteniéndose 57,1 millones de viajes de excursionistas internos para el año 2007.

A partir de este resultado y con índices del tráfico de pasajeros de transporte terrestre interprovincial, del tráfico de pasajeros ferroviarios y del flujo de vehículos ligeros, se realizó la estimación hasta el año 2002, con el propósito de obtener el número de viajes de excursionistas internos a nivel nacional, alcanzando un total de 45,6 millones, tal como se detalla en el cuadro siguiente:

**Cuadro 4.3**  
**Flujo de visitantes internos, 2002**  
(Miles de viajes)

Categoría de visitante	Viajes
<b>Total</b>	<b>68 302,5</b>
Turista	22 668,0
Excursionista	45 634,5

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI, MINCETUR*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

## 4.3 CONSUMO TURÍSTICO

El consumo del visitante se define como “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino”<sup>3</sup>. La definición de visitante abarca no sólo a las personas que se desplazan por vacaciones o por razones personales, sino que también, a aquellas que se desplazan por motivos de negocios. El consumo de estos visitantes puede ser abonado por las empresas, por las administraciones públicas o por las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares. En consecuencia, el consumo de estos visitantes también está dentro del ámbito del consumo turístico.

A continuación se describe la metodología seguida para valorar el consumo turístico en sus diversas formas.

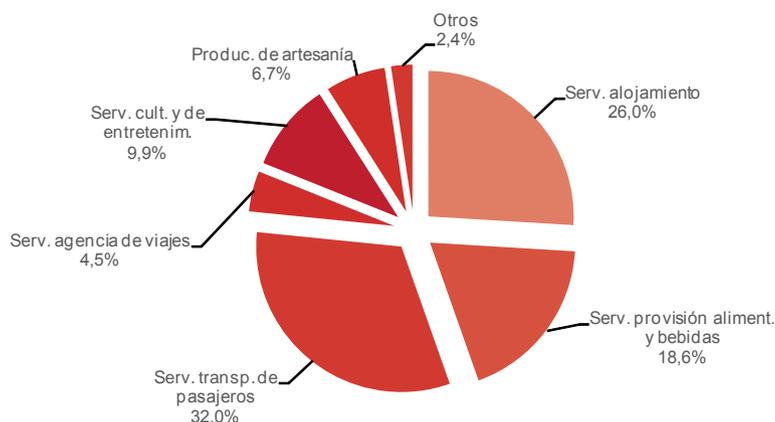
### 4.3.1 Consumo turístico receptivo

Este consumo es el gasto efectuado por los visitantes no residentes, durante su estadía en el país de referencia.

Para determinar el consumo del turista receptivo del año 2002 se empleó la información de la encuesta de turismo receptivo elaborada por PromPerú y de la balanza de pagos del BCRP, calculándose las principales variables respectivas. El gasto promedio por turista en sus viajes al Perú se calculó en S/. 2 722, con una permanencia promedio de 15 noches. El consumo total de estos turistas ascendió a S/. 2 895,4 millones.

Respecto a la estructura de gastos, se utilizó la del turista extranjero del año 2005, por disponer de mayor detalle en las categorías de consumo de bienes y servicios en comparación a las estructuras de los años 2001 y 2002 y además estar más próxima al año de evaluación.

**Gráfico 4.1**  
**Estructura de gastos del turista receptivo, 2002**



Fuente: BCRP ; PromPerú  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

3. Naciones Unidas, Organización Mundial del Turismo: “Recomendaciones sobre estadísticas de Turismo, 2000”.

Para el consumo del excursionista receptivo se utilizaron, igualmente, los datos de la balanza de pagos del BCRP conjuntamente con la estructura de gastos final derivada de la CST 2001 y con ellos se calculó el gasto promedio por excursionista en S/.189, llegando a obtener un consumo total de S/. 45,4 millones.

**Cuadro 4.4**  
**Consumo turístico receptivo, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Total	Turista	Excursionista
<b>Total</b>	<b>2 940,8</b>	<b>2 895,4</b>	<b>45,4</b>
Servicio de alojamiento	751,4	751,4	0,0
Servicio de provisión alimentación y bebidas	555,0	539,9	15,1
Servicio de transporte de pasajeros	929,3	926,6	2,8
Servicio de agencias de viaje	129,7	129,7	0,0
Servicios culturales y de entretenimiento	298,6	285,6	12,9
Productos de artesanía	205,4	193,7	11,7
Otros	71,4	68,6	2,9

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: BCRP; PromPerú*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

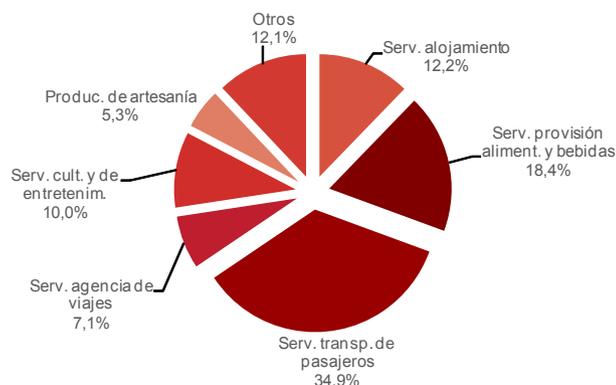
#### 4.3.2 Consumo turístico interno

Esta forma de consumo es realizada por los visitantes residentes en el Perú durante sus viajes al interior del país.

El gasto promedio del turista interno para el año 2002 fue calculado en S/.345, con una permanencia promedio de 6,9 noches, valorizándose el consumo total de estos turistas en S/. 7 825,3 millones.

Para elaborar la estructura de gasto del turista interno, se compararon tres fuentes de información: el Perfil del Turista Nacional 2003 de PromPerú, la Encuesta Permanente de Empleo 2005 (EPE) del INEI y la Encuesta de Viajes de los Residentes 2007-2008 (ENVIR) del MINCETUR, observándose similitudes en sus componentes, además de ser representativas del comportamiento del turista interno, pero se estimó conveniente utilizar la del Perfil del Turista Nacional del año 2003, por ser más cercana al año de evaluación.

**Gráfico 4.2**  
**Estructura de gastos del turista interno, 2002**



*Fuente: INEI ; MINCETUR; PromPerú*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

El consumo del excursionista interno se determinó a partir del estudio “Perú: Perfil del Visitante del Día, 2001” elaborado por PromPerú del cual se obtuvo un gasto promedio, cuyos componentes fueron actualizados con los índices de precios al consumidor, resultando S/. 36,9 el gasto promedio que efectuó un excursionista en su viaje por turismo. El monto total del consumo de los excursionistas internos fue de S/. 1 685,7 millones.

**Cuadro 4.5**  
**Consumo turístico interno, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Total	Turista	Excursionista
<b>Total</b>	<b>9 511,0</b>	<b>7 825,3</b>	<b>1 685,7</b>
Servicio de alojamiento	957,0	957,0	0,0
Servicio de provisión alimentación y bebidas	2 264,0	1 437,1	826,9
Servicio de transporte de pasajeros	2 797,8	2 735,8	62,0
Servicio de agencias de viaje	552,0	552,0	0,0
Servicios culturales y de entretenimiento	999,6	785,3	214,3
Productos de artesanía	521,8	415,0	106,7
Otros	1 418,9	943,0	475,9

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI; MINCETUR; PromPerú*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### 4.3.3 Consumo turístico emisivo

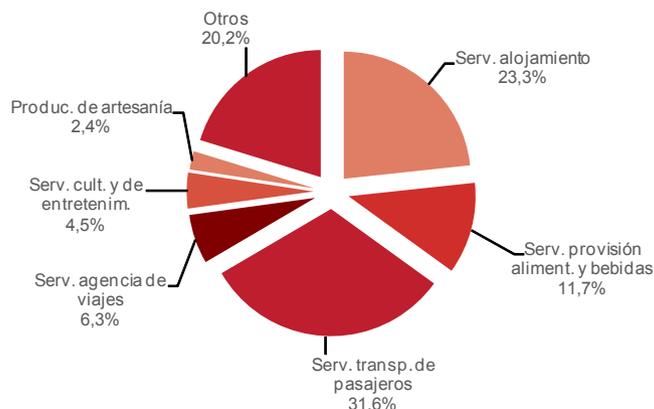
Este es el gasto realizado por los residentes en el Perú, durante sus viajes al exterior.

Para determinar el consumo del turista emisivo se utilizaron los datos de la balanza de pagos del BCRP y la información del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) de Chile sobre los peruanos que visitaron el país vecino. El gasto promedio por turista se calculó en S/. 2 147 con una estadía media de 13,5 noches. El consumo total de los turistas emisivos alcanzó los S/. 2 725,6 millones.

La estructura de gastos para el turista emisivo se tomó del SERNATUR que brinda información sobre las características de los turistas peruanos que visitan ese país. Su representatividad se sustentó en las preferencias de los nacionales al elegir este país como uno de los principales destinos en sus viajes al exterior.

Cabe mencionar que para el año 2002 las encuestas de viajes del turismo emisivo ejecutadas por el BCRP no contenían preguntas sobre las categorías de gastos, las que fueron incorporadas recién a partir de la encuesta del año 2004.

**Gráfico 4.3**  
**Estructura de gastos del turista emisor, 2002**



Fuente: BCRP; SERNATUR-Chile  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

De otro lado, para el cálculo del consumo del excursionista emisor, con la información de la balanza de pagos y junto a la estructura de gastos final proveniente de los resultados de la CST 2001, se obtuvo el gasto promedio por persona, que se ubicó alrededor de S/.100 y el consumo total de estos excursionistas que ascendió a S/. 14,1 millones.

**Cuadro 4.6**  
**Consumo turístico emisor, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Total	Turista	Excursionista
<b>Total</b>	<b>2 739,6</b>	<b>2 725,6</b>	<b>14,1</b>
Servicio de alojamiento	635,1	635,1	0,0
Servicio de provisión alimentación y bebidas	321,4	317,6	3,8
Servicio de transporte de pasajeros	863,7	861,9	1,8
Servicio de agencias de viaje	170,9	170,9	0,0
Servicios culturales y de entretenimiento	125,9	124,0	1,9
Productos de artesanía	66,4	64,3	2,1
Otros	556,2	551,7	4,4

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.  
Fuente: BCRP; SERNATUR-Chile  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

#### 4.3.4 Otros componentes del consumo

Para complementar la valoración del consumo turístico, de acuerdo con las recomendaciones de la OMT, se estimaron los otros componentes del consumo referidos a las transferencias en especie, el consumo colectivo y las otras operaciones no monetarias, totalizando S/. 751,5 millones.

Las *Transferencias en Especie* son transacciones que se realizan entre agentes económicos sin

compensación alguna, pero se requiere valorizarlas según los precios de bienes o servicios similares vendidos en el mercado. Se consideraron dos tipos de transferencias: Alimentos y bebidas y de Alquiler de vivienda, servicios ofrecidos a los visitantes en la vivienda principal de un hogar. Estas transferencias sumaron S/. 624,1 millones. En el primer caso, se tomaron como referencia los datos del Perfil del Turista Nacional, 2003 concerniente al gasto en alimentos y bebidas de los que se hospedaron en hoteles y de aquellos que se alojaron en casa de familiares o amigos y consumieron en restaurantes. Comparando el gasto diario de ambas modalidades se obtuvo el valor bruto de la transferencia de alimentos, al que se le dedujo el valor añadido de la actividad restaurantes.

Posteriormente, el gasto diario se relacionó con los días de permanencia y la cantidad de turistas alojados en estas viviendas, determinándose el monto de la transferencia de alimentos y bebidas en S/. 360 millones.

En la transferencia de viviendas se empleó la información de la Encuesta Nacional de Hogares del INEI y del Perfil del Turista Nacional 2003. Con los datos disponibles se estimó el alquiler promedio de los hogares que brindaron alojamiento a un visitante, el cual incluyó todos los gastos de mantenimiento de la vivienda; luego se determinó el gasto per cápita diario de dicho alquiler, relacionándolo con los días de permanencia y el número de turistas albergados en estas viviendas, obteniéndose un valor de S/. 264 millones.

Los servicios de *Consumo Colectivo* son aquellos que se prestan simultáneamente a todos los miembros de la comunidad o a una parte de la misma como los servicios generales de la administración pública, de la seguridad nacional, los servicios educativos, culturales, entre otros. Para la CST, este consumo se centró en los servicios prestados a los turistas quienes se benefician directa o indirectamente, tales como la promoción turística, los servicios culturales y la enseñanza pública. Inicialmente se calculó el valor bruto de producción de estos servicios partiendo de los costos incurridos (consumo intermedio más valor agregado), y por definición del Sistema de Cuentas Nacionales, la producción de estos servicios se asignó al consumo colectivo que totalizó S/. 69,4 millones.

El cálculo de la *Promoción Turística* se basó en el presupuesto ejecutado anual de las instituciones responsables registrado por el Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAF) del Ministerio de Economía y Finanzas; en el caso de los Servicios Culturales públicos se tomó la información económica de las instituciones que brindan este servicio a los visitantes como el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA)<sup>4</sup>, el Instituto Nacional de Cultura (INC)<sup>5</sup> y el Patronato del Parque de las Leyendas (PATPAL). En cuanto a la Enseñanza Pública, se consideró el gasto corriente ejecutado por las universidades públicas que ofrecen carreras de turismo y el del Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR).

4. En diciembre del 2008, se aprobó la fusión del INRENA al Ministerio de Agricultura, según D.S. 030-2008-AG. Algunas de sus funciones permanecen en el Ministerio de Agricultura y otras pasaron a formar parte del Ministerio del Ambiente.

5. A partir del 01 de octubre del año 2010, la estructura orgánica del Instituto Nacional de Cultura (INC) pasó a formar parte del Ministerio de Cultura, de acuerdo a lo establecido en el Decreto Supremo N° 001-2010-MC.

Finalmente se determinó el valor de las *Otras operaciones no monetarias*, que incorporaron los servicios ofrecidos por las Cámaras y Asociaciones y la Enseñanza Privada relacionada al turismo, alcanzando un total de S/. 57,9 millones. Entre las Cámaras y Asociaciones se consideraron aquellas vinculadas a la actividad turística como la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), Asociación Peruana de Agencia de Viajes y Turismo (APAVIT), Asociación de Guías de Turismo (AGOTUR), Asociación Peruana de Operadores Turísticos (APOTUR), entre los principales. Respecto a la Enseñanza Privada se incluyó la información de las universidades e institutos privados que ofrecen carreras de turismo.

El consumo de estas operaciones no monetarias se determinó a partir de su oferta cuyas mediciones se realizaron en base a la información proporcionada por las empresas sin fines de lucro que están vinculadas al turismo y respondieron al sondeo realizado por el MINCETUR.

**Cuadro 4.7**  
**Otros componentes del consumo turístico, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
<b>Total</b>	<b>751,5</b>
Transferencias en especie	624,1
Consumo colectivo	69,4
Otras operaciones no monetarias	57,9

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.  
Fuente: INEI; MINCETUR; PROMPERU; Cámaras y Asociaciones; Universidades e Institutos privados.  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

## 4.4 OFERTA TURÍSTICA

### 4.4.1 Actividades características

#### ○ Hoteles y similares

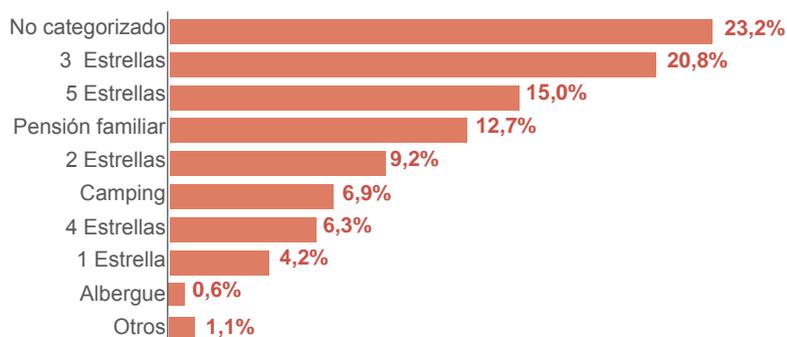
Esta actividad se registra en la clase 5510 Hoteles y similares, de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Rev. 3 (CIIU Rev. 3). En esta clase se incluye el suministro a cambio de una retribución de hospedaje temporal y de lugares y servicios para acampar, tanto al público en general como, exclusivamente, a afiliados a una determinada organización así como los servicios de restaurantes que se prestan en combinación con los hospedajes. También se incluyen los servicios de coche cama, si son proporcionados por unidades independientes. Las actividades de esta clase son las que suelen realizar los hoteles, moteles, hosterías, dormitorios universitarios, pensiones, casa de huéspedes, albergues para jóvenes, refugios etc.

Para el caso de la Cuenta Satélite de Turismo, se han considerado aquellos servicios turísticos de alojamiento que brindan a los turistas internos y extranjeros para pernoctar. De acuerdo al Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, publicado el 27 de noviembre de 2004 en el diario El Peruano, están clasificados en hotel, apart hotel, hostel, resort, ecolodge, albergue y categorizados en 1, 2, 3, 4, 5 estrellas.

## Cuenta de producción

El valor bruto de la producción de la actividad de hoteles y similares fue de S/. 1 800,1 millones y se calculó a partir de la información de la encuesta mensual de establecimientos de hospedaje y de la encuesta nacional de viajes de los residentes, ambos del MINCETUR, además se utilizaron los perfiles del turista nacional y extranjero de PromPerú, hallando el número de pernoctaciones y precios ponderados para obtener la producción principal que representó el 95,3% del valor total de la producción hotelera turística, mientras que la producción secundaria representó el 4,7% calculada con los datos de cuentas nacionales del INEI. El gráfico muestra la estructura porcentual de la producción principal, donde se puede apreciar cierta concentración en los establecimientos no categorizados (23,2%), 3 estrellas (20,8%) y 5 estrellas (15,0%).

**Gráfico 4.4**  
**Producción principal de hoteles y similares, 2002**  
(Participación porcentual)



Fuente: INEI

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

El consumo intermedio ascendió a S/. 685,2 millones, el cual se estimó en función al coeficiente técnico de cuentas nacionales, agrupándose en 9 categorías. Los insumos de mayor relevancia fueron los servicios varios, conformados por los servicios de pintado, reparación, contables, entre otros, que representaron el 44,0% del valor total de insumos; los productos manufacturados constituyeron el segundo insumo en importancia que significó el 30,3%, entre los cuales figuraron los materiales textiles, artículos de limpieza, combustibles y alimentos, entre otros; los gastos en transportes, almacenamiento y comunicaciones llegaron a 14,8%; el consumo en electricidad, agua y gas representó 8,0% y el resto de insumos el 2,9%.

El valor agregado bruto, se obtuvo por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio.

**Cuadro 4.8**  
**Cuenta de producción de hoteles y similares, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	1 800,1
Consumo Intermedio	685,2
Valor Agregado Bruto	1 114,9
Remuneraciones	144,9
Impuestos	0,9
Excedente de explotación	969,1

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

La actividad turística de hoteles y similares proporcionó empleo a 27 733 trabajadores, de los cuales 23 487 fueron remunerados y 4 246 no remunerados, información que se calculó a partir del coeficiente de productividad de cuentas nacionales.

#### ○ **Segundas viviendas en propiedad (Imputadas)**

Esta actividad corresponde a la clase *7010 Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados de la CIU Rev. 3*. En esta clase se incluyen la compra, venta, alquiler y explotación de bienes inmuebles propios o arrendados, tales como edificios de apartamentos, viviendas y edificios no residenciales; la urbanización y el fraccionamiento de terrenos en solares, etc. También se incluyen el acondicionamiento y la venta de terrenos, la explotación de apartamentos con servicios de hotel y de zonas residenciales para viviendas móviles.

Para la CST esta actividad se refiere al servicio de provisión de vivienda que es utilizada con fines turísticos “por cuenta propia o proporcionados de forma gratuita a los visitantes”<sup>6</sup>, formando parte de la oferta turística y su valor debe imputarse como una actividad de producción para el propietario de esa vivienda.

### Cuenta de producción

Para el cálculo de la producción turística de segundas viviendas o alojamiento en casa de familiares o amigos se tomó inicialmente la información de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) del IV Trimestre del 2001 sobre las características de la vivienda y sus costos de mantenimiento:

- Último gasto mensual por consumo de agua, electricidad, combustible, etc.
- Mantenimiento de la vivienda (artículos de lavandería, artículos para aseo del hogar)
- Servicios a la vivienda (cochera, guardianía, servicio doméstico, servicio comunitario, vigilancia vecinal, recojo de basura, etc.)
- Otros bienes y servicios (arbitrios municipales)

Se obtuvo el gasto total trimestral y de los hogares informantes se tomaron aquellos que tienen algún “no miembro presente” en ese hogar, con el propósito de hallar el gasto mensual que éstos pagarían

6. Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. Comisión de las Comunidades Europeas, Organización Mundial del Turismo. Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. 2000. Pág.35

en alquileres; luego, relacionándolo con los días de permanencia se determinó el gasto promedio diario. Para el año 2002, con la variación de precios de los rubros que componen esta actividad, se obtuvo el nuevo gasto promedio que, junto con la cifra del flujo de turistas internos calculado para ese año y el porcentaje que se alojó en casa de familias (67%) se logró determinar el nivel de producción en S/. 264,2 millones.

El consumo intermedio se determinó con el coeficiente técnico de la actividad de Alquiler de Viviendas de cuentas nacionales, destacando el uso de manufacturas, trabajos de construcción y otros servicios que, en conjunto, congregaron el 87,6% del total de los insumos empleados.

El valor agregado bruto resultó de la diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio.

**Cuadro 4.9**  
**Cuenta de producción de segundas viviendas en**  
**propiedad, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	264,2
Consumo Intermedio	19,6
Valor Agregado Bruto	244,6
Remuneraciones	0,0
Impuestos	7,6
Excedente de explotación	237,0

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

#### ○ **Restaurantes y similares**

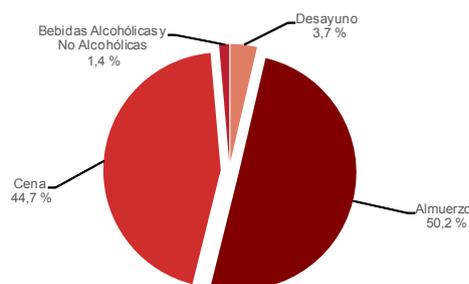
Esta actividad se registra en la clase 5520 *Restaurantes y similares* de la CIIU Rev. 3. Está referida a la venta de comidas y bebidas preparadas para su consumo inmediato en establecimientos, tales como restaurantes, cafés, merenderos y puestos de refrigerio. También se incluyen a los servicios de restaurantes a domicilio y la venta de comidas y bebidas preparadas fuera de los establecimientos de elaboración, así como los servicios de coche comedor, si son proporcionados por unidades independientes de empresas ferroviarias y de otros servicios de transporte.

Para el caso de la Cuenta Satélite de Turismo, se han considerado los servicios turísticos de provisión de alimentación y bebidas que brindan los restaurantes, bares y cantinas a los visitantes (excursionistas y turistas) para su consumo inmediato, tales como los establecimientos que expenden cafés, puestos de refrigerio y otros similares.

### Cuenta de producción

El valor bruto de la producción de la actividad de restaurantes y similares fue de S/. 2 722,0 millones y se estimó a partir de la información de la encuesta nacional de viajes de los residentes del MINCETUR y del perfil del turista extranjero de PromPerú, hallando el número de raciones y luego el precio ponderado para obtener la producción principal que representó el 99,9% del valor total de la producción turística de restaurantes y similares, mientras que la producción secundaria significó el 0,1% calculada con los datos de cuentas nacionales del INEI. En el gráfico, se observa la estructura porcentual de la producción principal, donde se aprecia una elevada concentración en los servicios de provisión de alimentos, constituida por el almuerzo (50,2%) y la cena (44,7%).

**Gráfico 4.5**  
**Producción principal de restaurantes y similares, 2002**  
(Participación porcentual)



Fuente: INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

Para calcular el volumen de raciones producidas por los restaurantes, se asumió que éste se encontraba en función de la cantidad de comensales y a la vez, dicha cantidad, en relación directa con los turistas que pernoctan en los establecimientos de hospedaje.

Para determinar apropiadamente las raciones de desayuno, almuerzo y cena que consumen turistas y/o excursionistas, se establecieron los siguientes supuestos:

- Las tarifas de los establecimientos de hospedaje de 5 y 4 estrellas incluyen los desayunos, por lo cual se asumió que los turistas que hacen uso de este servicio no consumen desayunos en los restaurantes.
- Los turistas que se alojaron en viviendas familiares y/o amigos consumieron parcialmente sus alimentos en los hogares que los acogen, y otra parte de su alimentación diaria fue consumida en los restaurantes.
- La tarifa del servicio de alojamiento en albergues incluye la alimentación, por lo cual se asumió que estos turistas no consumieron alimentos en restaurantes.

El consumo intermedio de la actividad de restaurantes y similares, ascendió a S/. 1 286,6 millones, el cual se obtuvo a partir del coeficiente técnico de cuentas nacionales, agregándose a nivel de 9 categorías. Los insumos que tuvieron mayor relevancia monetaria fueron los productos

manufacturados (alimentos, bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, artículos de limpieza, entre otros) que representaron el 76,9% del valor total de insumos; los alimentos constituyeron el 13,2%; el uso de servicios (pintado, reparaciones, contabilidad, entre otros) el 6,4%, el consumo en electricidad, agua y gas significó el 1,1%; el servicio de transporte, almacenamiento y comunicación el 2,3% y los servicios de comercio, restaurantes y hoteles 0,1%.

El valor agregado bruto, se determinó por diferencia entre el valor bruto de la producción y el consumo intermedio.

**Cuadro 4.10**  
**Cuenta de producción de Restaurantes y similares, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	2 722,0
Consumo Intermedio	1 286,6
Valor Agregado Bruto	1 435,4
Remuneraciones	218,2
Impuestos	2,2
Excedente de explotación	1 215,0

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

El personal ocupado de la actividad turística de restaurantes y similares se calculó a partir del coeficiente de productividad de cuentas nacionales, obteniéndose un total de 122 355 trabajadores, de los cuales 34 096 fueron remunerados y 88 259 no remunerados.

#### ○ **Servicio de transporte de pasajeros**

##### **a) Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril**

La clase CIU 6010 Transporte por vía férrea incluye el transporte de pasajeros y el transporte de carga.

En la Cuenta Satélite de Turismo 2002, sólo se consideró el transporte de pasajeros (34,4%). El transporte de carga (65,6%) se excluyó considerándolo como producción de servicios no turísticos.

### Cuenta de producción

La producción principal se determinó en función de las ventas de pasajes del transporte de pasajeros en ferrocarril, realizada por la empresa operadora Perú Rail S.A. en sus dos tramos: (1) Matarani/Mollendo-Arequipa-Juliaca / Puno-Cusco, (2) Cusco-Machu Picchu-Hidroeléctrica y la Empresa Pública Huancayo-Huancavelica.

La producción secundaria se determinó a partir de los servicios de reparación de vehículos a terceros, alquiler de inmuebles, construcción por cuenta propia, etc.

Para determinar el consumo intermedio se utilizó el coeficiente técnico (CI/VBP) 44,7% del transporte por vía férrea de cuentas nacionales, asociado con la producción del transporte interurbano por ferrocarril (S/. 73,8 millones), obteniéndose como resultado un valor de S/. 33,0 millones.

El valor agregado se determinó por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio, alcanzando los S/. 40,8 millones.

**Cuadro 4.11**  
**Cuenta de producción de transporte de pasajeros**  
**por ferrocarril, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	73,8
Consumo Intermedio	33,0
Valor Agregado Bruto	40,8
Remuneraciones	7,5
Impuestos	0,5
Excedente de explotación	32,8

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

Debido a que el personal ocupado de las empresas de transporte ferroviario desarrollan actividades tanto para el servicio de pasajeros como para servicio de carga, en la Cuenta Satélite de Turismo 2002 se tomó en cuenta el coeficiente de productividad del transporte por vía férrea de cuentas nacionales (VBP/PO), obteniéndose un total de 327 personas ocupadas.

### **b) Servicios de transporte de pasajeros por carretera**

La clase CIIU 6021 incluye los servicios regulares de transporte urbano e interurbano (interprovincial) de pasajeros que tienen itinerarios fijos y horarios con arreglo a los cuales cargan y descargan pasajeros en las paradas indicadas en los horarios, incluye además todos los tipos de transporte no regular de pasajeros por vía terrestre, como los servicios de taxi, el alquiler de automóviles con conductor, el fletamento de autobuses, el transporte de pasajeros en autobuses, el transporte de pasajeros en otros tipos de vehículos, actividades de transporte tales como las de servicios de autobuses escolares, de enlace con aeropuertos y estaciones de ferrocarril, de autobuses de excursión, etc.

Para la CST 2002 el transporte de pasajeros por carretera fue dividido en:

- Servicio de transporte de pasajeros interprovincial.
- Servicio de transporte turístico de pasajeros.
- Servicio de transporte de pasajeros en taxi.

En cuanto a la producción por actividades, el valor total producido por las actividades de transporte turístico es el 20,7% del valor de producción de las actividades de transporte turísticas y no turísticas registradas en las cuentas nacionales.

### Cuenta de producción

El valor de la producción turística del transporte de pasajeros por carretera fue S/.1 928,3 millones, como consecuencia del ajuste por el lado del consumo turístico. Este ajuste se sustenta en los indicadores provenientes de las investigaciones periódicas realizadas por PromPerú, que presentan los perfiles socioeconómicos de los turistas.

El consumo intermedio fue determinado por el coeficiente técnico, calculado de las empresas informantes a la Encuesta Económica Anual (EEA) 2002 Transportes y Comunicaciones y la EEA 2002 Empresas Públicas (municipales) de transportes, obteniéndose S/. 964,6 millones.

El valor agregado se determinó por diferencia entre el VBP y el consumo intermedio. Los componentes se determinaron con los coeficientes de las cuentas nacionales, con excepción de las remuneraciones que fueron analizadas a partir de las empresas informantes a la EEA 2002 de Transportes y Comunicaciones y las remuneraciones promedio registradas en las estadísticas ocupacionales del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

**Cuadro 4.12**  
**Cuenta de producción de transporte de pasajeros por carretera, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

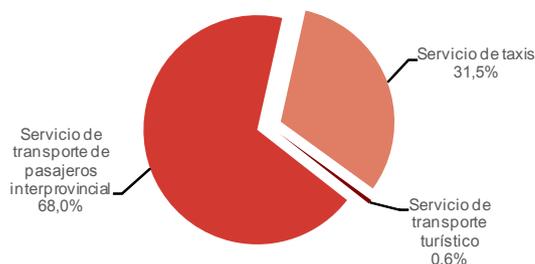
Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	1 928,3
Consumo Intermedio	964,6
Valor Agregado Bruto	963,7
Remuneraciones	220,7
Impuestos	6,5
Excedente de explotación	736,6

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 4.6**  
**Producción de transporte por carretera, 2002**  
(Participación porcentual)



*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

El personal ocupado se determinó con la productividad (VBP/PO) del transporte de pasajeros de cuentas nacionales, obteniéndose 25 053 personas ocupadas.

### **c) Servicios de transporte de pasajeros por vía acuática**

Esta actividad incluye el transporte regular y no regular de pasajeros y carga por vía acuática. Asimismo, incluye el transporte de pasajeros y carga por ríos, canales y otras vías de navegación interiores, como radas y puertos.

Para cuantificar el servicio de transporte de pasajeros por vía acuática, se consideró el 52% de la producción total del transporte por vías de navegación interiores de cuentas nacionales.

### Cuenta de producción

El valor bruto de producción de esta actividad se determinó a partir del gasto turístico, considerándose como producción el valor del gasto registrado por el consumo de las diferentes categorías de turistas, debido a las limitaciones para disponer de información respecto al valor de los pasajes para el traslado de los turistas por vía acuática.

El consumo intermedio (S/. 25,9 millones) se determinó a partir de la utilización de la estructura de gastos del transporte por vías de navegación interiores de cuentas nacionales.

El valor agregado (S/. 16,2 millones) se obtuvo por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio. Sus componentes se calcularon en función a la estructura del transporte por vías de navegación interior de cuentas nacionales.

**Cuadro 4.13**  
**Cuenta de producción de transporte de pasajeros**  
**por vía acuática, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
Valor Bruto de Producción	42,1
Consumo Intermedio	25,9
Valor Agregado Bruto	16,2
Remuneraciones	9,9
Impuestos	0,1
Excedente de explotación	6,2

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

Para determinar el personal ocupado se utilizó el coeficiente de productividad de la actividad transporte por vías de navegación interiores de cuentas nacionales, obteniéndose 1 154 personas ocupadas.

### **d) Servicios de transporte de pasajeros por vía aérea**

Esta actividad económica comprende el transporte de pasajeros y de carga por vía aérea con itinerarios y horarios establecidos (regulares) y no regulares. La cobertura de esta actividad sólo

contempla los productores residentes en el país, según las recomendaciones internacionales.

Los servicios turísticos son los servicios prestados a los pasajeros.

#### Cuenta de producción

La producción turística de esta actividad representó el 89,7% de la producción del transporte aéreo de cuentas nacionales, mientras que el 10% de la producción (transporte de carga por vía aérea) se consideró como no específico.

La producción incluye los servicios prestados a residentes que viajan al exterior y a no residentes que utilizan los medios de transportes de los productores residentes, sin posibilidad de distinguirse los flujos monetarios por cada uno de ellos.

Para determinar el consumo intermedio se utilizó el coeficiente técnico de 62,4%, determinado a partir de las cuentas nacionales. El consumo intermedio para la CST fue S/. 989,6 millones.

El valor agregado se calculó por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio, resultando S/. 596,2 millones.

**Cuadro 4.14**  
**Cuenta de producción de transporte de pasajeros**  
**por vía aérea, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>
Valor Bruto de Producción	1 585,8
Consumo Intermedio	989,6
Valor Agregado Bruto	596,2
Remuneraciones	172,2
Impuestos	1,5
Excedente de explotación	422,5

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

#### Personal ocupado

Utilizando el coeficiente de productividad de la actividad transporte regular por vía aérea, se obtuvieron 5 189 personas ocupadas.

#### **e) Servicios anexos al transporte de pasajeros**

La clase CIIU 6303 incluye una gran variedad de actividades relacionadas con el transporte de pasajeros y carga utilizando distintos medios de transporte. Esta clase CIIU incluye los servicios conexos al transporte aéreo (control de tráfico aéreo de aeronaves y pasajeros), marítimo (control de tráfico marítimo) y terrestre (peajes y playas de estacionamiento).

Los servicios turísticos son aquellos prestados a los viajeros en el transporte

aéreo. En el caso peruano, la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial - CORPAC S.A. tiene el control de 54 aeropuertos a nivel nacional y Lima Airport Partner's tiene la concesión otorgada por el Estado Peruano para la construcción, operación y transferencia del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

#### Cuenta de producción

La producción de esta actividad conexas es el valor de la Tarifa Unificada de Uso de Aeropuerto (TUUA) que pagan las personas que viajan por vía aérea. Estas tarifas son diferenciadas para los pasajeros que viajan al exterior (TUUA INTERNACIONAL) y para los que viajan al interior del país (TUUA NACIONAL). Estas tarifas son registradas por los operadores de los aeropuertos como ingresos por servicios a los pasajeros; los otros ingresos que no son por atención a los pasajeros constituyen ingresos por servicios a terceros (otras empresas). La tarifa es abonada por el turista al momento del embarque.

Comparando la producción de los servicios conexos al transporte de pasajeros, respecto a los valores de cuentas nacionales, se observa una tasa de participación de 14,2%. La producción fue de S/. 142,9 millones.

El consumo intermedio se determinó con el coeficiente técnico de la Empresa CORPAC (27,4%), sobre la producción. Para ello, se multiplicó el coeficiente técnico por el Valor Bruto de Producción (S/. 142,9 millones) del servicio conexo al transporte de pasajeros (aéreo) obteniéndose S/. 39,2 millones.

El valor agregado se calculó por diferencia entre el VBP y el consumo intermedio, obteniéndose S/. 103,7 millones. Sus componentes se determinaron con la estructura de la actividad Otras actividades de transporte complementarias de cuentas nacionales, con excepción de las remuneraciones, en donde se tomó en cuenta las remuneraciones promedio registradas en las estadísticas ocupacionales del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

**Cuadro 4.15**  
**Cuenta de producción de servicios anexos al**  
**transporte de pasajeros, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	142,9
Consumo Intermedio	39,2
Valor Agregado Bruto	103,7
Remuneraciones	23,6
Impuestos	1,5
Excedente de explotación	78,6

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

#### Personal ocupado

El personal ocupado se determinó con el coeficiente de productividad de los servicios conexos al transporte de cuentas nacionales, obteniéndose 698 trabajadores.

#### **f) Alquiler de bienes de equipos para transporte de pasajeros**

Esta actividad comprende el alquiler de toda clase de equipo de transporte terrestre sin conductor,

por ejemplo automóviles, camiones, remolques y semirremolques, motocicletas, locomotoras, etc. Para la CST 2002 sólo se consideró el Alquiler de vehículos (automóviles) sin conductor.

Este servicio está constituido por el valor del alquiler de vehículos, tanto a residentes como a no residentes. En el ámbito comercial estas empresas son llamadas Rent a Car. Los vehículos alquilados son para uso propio por un determinado número de días; el valor del alquiler es determinado por el tiempo y/o distancia recorrida o una combinación de ambos.

#### Cuenta de producción

La producción principal comprende el alquiler de vehículos sin conductor, tanto a peruanos como a extranjeros, mientras que la producción secundaria incluye el alquiler de inmuebles, servicios de reparación a terceros y otros ingresos.

Las cuentas nacionales identifican los niveles de producción de la clase CIU 7111, pero no identifican de manera explícita la producción de los Rent a Car. A partir de los resultados del sondeo (empresas informantes más no informantes) se adicionó y se determinó el universo del alquiler de equipo de transporte por vía terrestre, alcanzándose un valor de S/. 39,5 millones.

El consumo intermedio se determinó a partir del comportamiento de los gastos de las empresas Rent a Car. Los rubros considerados fueron: gastos en transporte, teléfono, correo, electricidad, agua, combustibles, alquileres, publicidad, mantenimiento y reparación, etc. A partir de las empresas informantes se determinó el coeficiente técnico que luego fue aplicado a las empresas no informantes, registrándose un valor de S/. 15,9 millones.

El valor agregado se calculó por diferencia entre el VBP y el consumo intermedio, obteniéndose S/. 23,6 millones. Sus componentes se determinaron con la estructura de los resultados del sondeo aplicado a las empresas Rent a Car.

**Cuadro 4.16**  
**Cuenta de producción de alquiler de bienes de**  
**equipo para transporte de pasajeros, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	39,5
Consumo Intermedio	15,9
Valor Agregado Bruto	23,6
Remuneraciones	3,1
Impuestos	0,1
Excedente de explotación	20,4

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

El personal ocupado de las empresas informantes se determinó con los resultados del sondeo, mientras que el de las no informantes se estimó en función al personal ocupado de las empresas informantes. El número de trabajadores registrado fue 262 personas.

#### ○ **Agencia de viaje y similares**

Comprende la venta de servicios de viajes, viajes organizados, transporte y alojamiento al público en general y a clientes comerciales, además de la organización de paquetes turísticos para su venta a través de las agencias de viajes o por los propios operadores turísticos u otros agentes, además de otros servicios relacionados con los viajes como las reservas. Incluye también las actividades de guías de turismo y las de promoción turística.

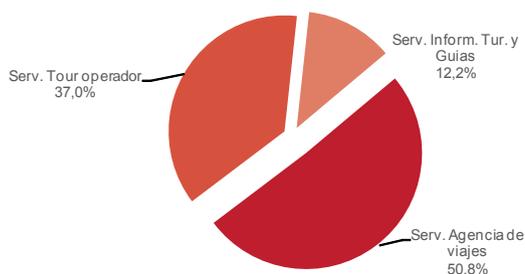
### Cuenta de producción

La producción de esta actividad está constituida por los servicios que prestan a los visitantes como el transporte, alojamiento, alimentación, visitas a museos, etc. y se clasifica en tres productos específicos del turismo: agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo.

Las agencias de viaje no sustituyen a la unidad que proporciona el servicio, más bien su rol es el de intermediario entre los productores de los servicios turísticos y los visitantes que los adquieren, por lo que reciben una comisión sobre el valor de venta acordado con el proveedor del servicio. Tal ingreso se constituye en gran parte de su producción principal.

El valor bruto de la producción, alcanzó S/. 694,0 millones correspondiendo el 51% a las agencias de viaje, el 37% a los tour operadores y el 12% a los guías de turismo. Los valores fueron determinados tomando como referencia los niveles del consumo turístico receptivo, interno y emisivo.

**Gráfico 4.7**  
**Producción de agencias de viaje y similares por tipo de producto, 2002**  
(Participación porcentual)



Fuente: INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

Para el consumo intermedio se estimó un coeficiente técnico con información del sondeo dirigido a la Asociación Peruana de Operadores de Turismo (APOTUR) y con datos de la Encuesta Económica Anual (EEA) 2002. El coeficiente obtenido fue de 47% con el cual se calculó el monto de los insumos utilizados por las agencias de viaje y similares que ascendió a S/. 326,7 millones.

El valor agregado bruto que totalizó S/. 367,4 millones, siguió el mismo procedimiento que las cuentas nacionales convencionales. Por un lado, dicho total se obtuvo por diferencia entre el valor bruto de la producción y el consumo intermedio y, por otro lado, se calculó cada uno de sus componentes tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.17**  
**Cuenta de producción de agencias de viaje y similares, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	694,0
Consumo Intermedio	326,7
Valor Agregado Bruto	367,4
Remuneraciones	80,3
Impuestos	0,4
Excedente bruto de explotación	286,6

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

Las agencias de viajes y similares lograron emplear a 7 108 trabajadores, información que figura en las cuentas nacionales que, a su vez, proviene de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) ejecutada por el INEI mensualmente. Del total del personal ocupado, 4 268 trabajadores equivalente al 60,0%, fueron asalariados mientras que el número de no asalariados alcanzó 2 840.

### Consumo de los servicios turísticos de las agencias de viaje por tipo de turista

Las ventas presentan diferentes modalidades como paquetes turísticos, servicios sueltos o también otros servicios de actividades conexas, como reserva de hoteles, transporte, alquiler de vehículos, guías de turismo, entre otros, y presentan un tratamiento especial cuando se trata de sus valorizaciones.

#### **a) Estructura de paquete turístico por tipo de turista**

Las agencias de viaje venden paquetes o programas turísticos como un producto único. Sin embargo, para efectos de la CST, las recomendaciones de la OMT plantean clasificar el paquete turístico por tipo de turismo (receptivo, interno y emisivo) y conocer sus componentes o servicios turísticos, además de la comisión que reciben como intermediarios. A este proceso se le conoce como desempaquetamiento.

Para desarrollar esta fase se recurrió a dos fuentes de información. En primer lugar, se procesó la Encuesta Económica Anual (EEA) del año 2002, donde se clasifica a los paquetes turísticos según destino:

- Al interior del país (turismo interno y receptivo)
- Al extranjero (turismo emisivo)

En segundo lugar, se utilizó el sondeo dirigido a la Asociación Peruana de Operadores de Turismo (APOTUR), la misma que contiene información de paquetes turísticos por tipo de turismo. Del análisis y consistencia de ambas fuentes se obtuvo los componentes del paquete turístico en términos porcentuales, es decir, se procedió a “desempaquetar” el paquete turístico para el turismo receptivo, interno y emisivo.

**Cuadro 4.18**  
**Paquete turístico, según servicio y por tipo de turismo, 2002**  
(Participación porcentual)

Servicio	Tipo de turismo		
	Receptivo	Interno	Emisivo
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Transporte aéreo	21,9	28,2	40,6
Transporte terrestre interprovincial	2,2	1,2	0,9
Transporte por ferrocarril	3,8	4,2	0,0
Transporte lacustre	0,6	0,2	0,0
Transporte fluvial	0,8	0,2	0,0
Transporte marítimo	0,0	0,0	0,5
Traslado IN / OUT	7,5	6,6	4,3
Alojamiento	29,7	23,3	30,6
Alimentación	5,5	8,6	4,9
Alquiler de auto sin conductor	0,0	0,0	2,2
Pago a guías de turismo	4,9	3,3	1,2
Visita a museos y sitios de interés	4,0	6,4	3,1
Servicios financieros y seguros	0,6	1,5	1,7
Otros	4,1	0,8	0,2
Comisiones de las empresas	14,4	15,6	9,8

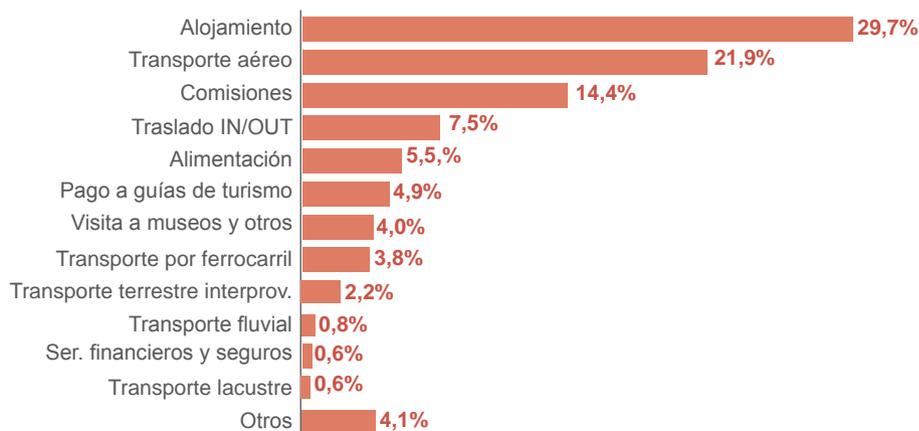
*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

De acuerdo a los resultados mostrados en el cuadro anterior, el paquete más demandado por el turista receptivo tuvo como principales servicios requeridos el alojamiento (29,7%) y el transporte aéreo (21,9%). La comisión promedio de las agencias de viaje por la prestación de estos servicios fue de 14,4% del paquete turístico.

**Gráfico 4.8**  
**Paquete turístico más demandado por el turista extranjero, según tipo de servicio, 2002**  
(Participación porcentual)

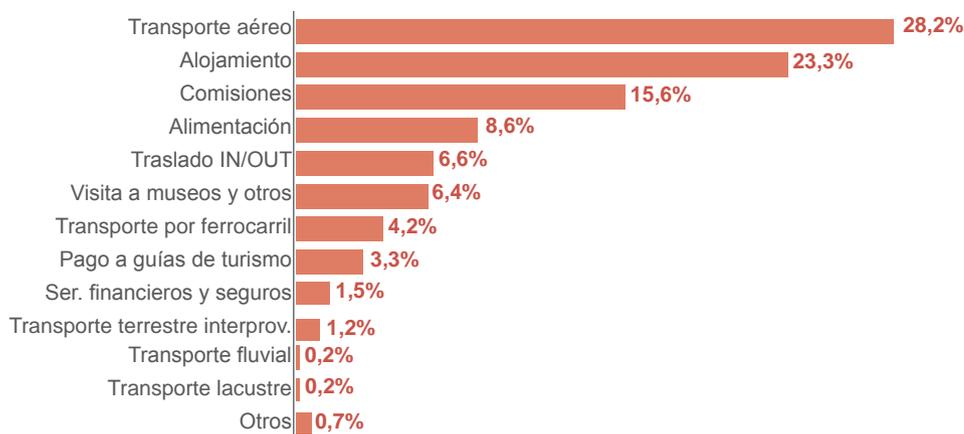


*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

En el turismo interno los servicios más representativos del paquete turístico fueron el transporte aéreo (28,2%), el alojamiento (23,3%) y la alimentación (8,6%), entre otros. En este caso, la comisión promedio de las agencias de viajes por la comercialización del paquete fue de 15,6%.

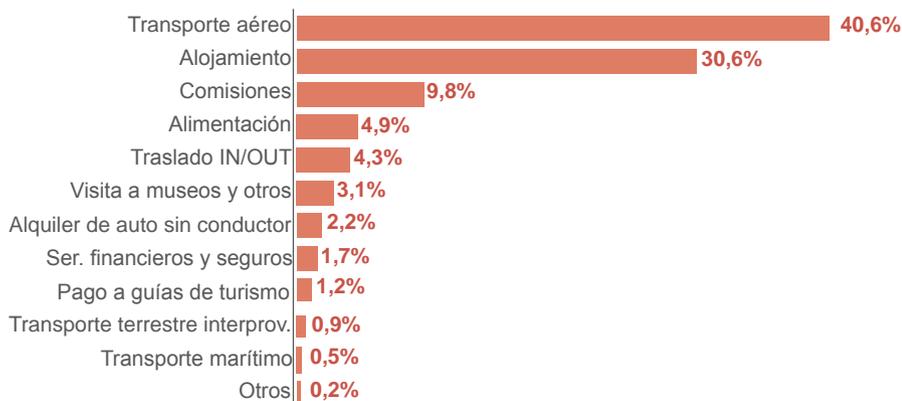
**Gráfico 4.9**  
**Paquete turístico más demandado por el turista interno, según tipo de servicio, 2002**  
 (Participación porcentual)



Fuente: INEI  
 Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

Finalmente, para el turismo emisor, los servicios más importantes del paquete turístico de mayor demanda fueron el transporte aéreo (40,6%), el alojamiento (30,6%) y la alimentación (4,9%), entre otros. La comisión promedio por la venta de paquetes fue de 9,8%.

**Gráfico 4.10**  
**Paquete turístico más demandado por el turista emisor, según tipo de servicio, 2002**  
 (Participación porcentual)



Fuente: INEI  
 Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

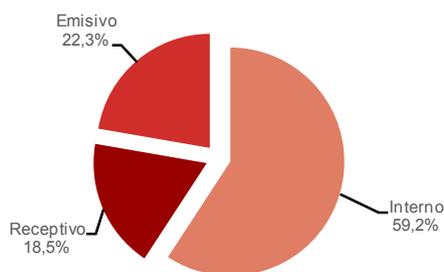
Las agencias de viaje también comercializan servicios sueltos como: boleto aéreo, alquiler de autos, servicio de información y guías turísticas, por el cual obtienen comisiones por su intermediación.

## b) Valoración bruta del consumo turístico de los servicios de agencias de viajes

Como se ha mencionado, las agencias de viajes y turismo venden a los visitantes paquetes turísticos o servicios sueltos. Sin embargo, la producción calculada por cuentas nacionales, hace referencia sólo a las comisiones recibidas por la intermediación de las agencias entre los oferentes de los servicios turísticos y los demandantes.

Para calcular el valor total o el valor bruto que paga el turista receptivo, interno y/o emisor por la adquisición de un paquete turístico o de algún servicios individual (suelto) que demanda a través de una agencia de viajes, se utilizó la información de la EEA 2002 y del sondeo a APOTUR determinándose la estructura porcentual de los componentes de un paquete turístico y de los servicios sueltos. De la venta total de paquetes turísticos, el 59,2% fue destinado a los turistas internos, y de los servicios sueltos correspondió el mayor porcentaje a los turistas receptivos (49,3%).

**Gráfico 4.11**  
**Valoración bruta del paquete turístico por tipo de turismo, 2002**  
(Participación porcentual)



Fuente: APOTUR, INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

## c) Valoración neta del consumo turístico de los servicios de agencias de viaje

Para efectos de la CST, la Organización Mundial del Turismo recomienda que la valoración de los paquetes turísticos se exprese en términos netos, con el fin de separar los servicios del tour operador de los componentes del paquete; ello implica desagregar los paquetes turísticos en sus componentes o servicios producidos y no producidos internamente, y por tipo de turismo. Se tienen tres casos:

- Cuando un visitante no residente adquiere un paquete turístico, este gasto formaría parte del consumo turístico receptivo. Previamente, es necesario distinguir si los componentes son producidos al interior del país de referencia, en cuyo caso, el gasto debe registrarse como consumo turístico receptivo, determinando así la valoración neta. Por el contrario, si alguno de los componentes del paquete no son producidos internamente, deberá excluirse de la medición turística.
- Cuando un visitante residente adquiere un paquete turístico en el país de referencia, tanto en la valoración bruta como en la neta, el gasto realizado forma parte del consumo turístico

interno, inclusive el servicio del intermediario forma parte del consumo turístico interno.

- Cuando un visitante residente, que viaja fuera del país de referencia, adquiere un paquete turístico ya sea directamente o a través de una agencia de viajes, se debe distinguir los componentes producidos interiormente. En una valoración neta, éstos se asignarán al consumo turístico interno, en tanto que, los componentes no producidos interiormente formarán parte de consumo turístico emisor.

A partir de los niveles de consumo, por tipo de turismo, de los servicios proporcionados por las agencias de viaje, los valores se distribuyeron de la siguiente manera:

**Cuadro 4.19**  
**Valoración de los servicios de agencias de viaje, según tipo de comercialización, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles y porcentaje)

Tipo de comercialización	Valoración (Millones S/.)		Valoración (%)	
	Bruta	Neta	Bruta	Neta
<b>Total</b>	<b>4 594,0</b>	<b>3 729,8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Paquete turístico</b>	<b>2 648,7</b>	<b>2 485,8</b>	<b>57,7</b>	<b>66,6</b>
Interno	1 568,9	1 568,9	34,2	42,1
Receptivo	489,8	327,0	10,7	8,8
Emisivo	590,0	590,0	12,8	15,8
<b>Servicio suelto</b>	<b>1 945,3</b>	<b>1 244,0</b>	<b>42,3</b>	<b>33,4</b>
Interno	572,2	572,2	12,5	15,3
Receptivo	958,2	256,9	20,9	6,9
Emisivo	414,8	414,8	9,0	11,1

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI-EEA 2002*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

En el consumo total por tipo de comercialización, se observó que en términos de valoración bruta y de valoración neta, el turista prefirió adquirir el paquete turístico, cuyos porcentajes fueron 57,7% y 66,6%, respectivamente, mientras que los servicios sueltos fueron demandados en menor proporción.

En la valoración neta, el consumo del turista interno tuvo la mayor participación porcentual en la demanda de estos servicios, tanto en paquete turístico (42,1%) como en los servicios sueltos (15,3%).

La venta de los servicios sueltos se refirió principalmente a la comercialización de pasajes aéreos, alquiler de vehículos e información turística.

#### ○ **Servicios culturales**

Los servicios culturales están conformados por un conjunto de actividades entre las cuales se tienen:

- **Exhibición de films y videocintas (CIIU 9212)**
- **Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas (CIIU 9214)**  
Se incluyó sólo el teatro como actividad cultural.
- **Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos (CIIU 9232)**  
En esta clase se incluyeron las actividades de museos de todos los tipos como los de arte, orfebrería, platería, etc., museos de historia natural y museos históricos, entre otros. Se consideraron dos grupos de museos: a) Museos privados y b) Museos públicos.
- **Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales (CIIU 9233)**  
Conformado por las actividades de jardines botánicos, jardines zoológicos y parque nacionales, incluyéndose el Patronato del Parque de las Leyendas (PATPAL), institución dependiente del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social y el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA).

En general, este conjunto de actividades se puede describir como los servicios culturales que se prestan a los visitantes internos, receptivos y emisivos, de acuerdo a las modalidades y características de cada clase CIIU que se incluye.

#### Cuenta de producción

La producción de los servicios de *Exhibición de filmes y videocintas (CIIU 9212)* estuvo comprendido por los ingresos provenientes de las entradas pagadas por los visitantes receptivos e internos por derecho de admisión a estas exhibiciones. En base a un estudio de PromPerú sobre la participación del turismo en las *Actividades de teatro y conciertos (CIIU 9214)* y a la información de los flujos de viajes del turismo interno y receptivo facilitada por el MINCETUR, se obtuvo el gasto del turista interno y receptivo en estas actividades.

Para calcular la actividad *Museos y preservación de lugares y edificios históricos (CIIU 9232)*, se utilizó la información sobre la participación de turistas que visitaron los museos y el flujo de viajes del turismo interno y receptivo, así como el precio promedio de las entradas a museos. Con estos datos, se procedió a calcular el valor bruto de producción de esta actividad.

La producción de los servicios proporcionados por la actividad *Jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales (CIIU 9233)*, se determinó a través del gasto presupuestal del gobierno identificado en el Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAF) del Ministerio de Economía y Finanzas, que comprende el gasto en bienes y servicios y las remuneraciones pagadas. Para estimar el consumo intermedio se utilizó el coeficiente de la misma actividad de las cuentas nacionales que figura en la Tabla Insumo Producto del año 2002. El valor agregado bruto se obtuvo por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio. El siguiente cuadro resume los cálculos de producción descritos para cada actividad.

**Cuadro 4.20**  
**Cuenta de producción de los servicios culturales, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

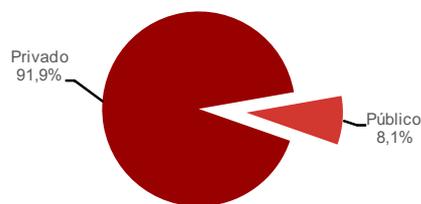
Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	411,4
Consumo Intermedio	91,0
Valor Agregado Bruto	320,4
Remuneraciones	93,3
Impuestos	1,6
Excedente de explotación	225,6

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 4.12**  
**Producción de servicios culturales, 2002**  
(Participación porcentual)



*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

El empleo generado por los servicios culturales tanto público como privado, fue de 8 640 personas ocupadas estando compuesto en su mayoría (80,0%) por trabajadores que percibieron remuneraciones. La diferencia fueron los no asalariados.

#### ○ **Servicios recreativos y otros de entretenimiento**

Los servicios recreativos y de entretenimiento agrupan un conjunto de actividades como las siguientes:

- **Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas (CIU 9214)**  
Se incluyeron actividades como peñas, shows folklóricos, conciertos y festividades.
- **Otras actividades de entretenimiento N.C.P (CIU 9219)**  
Esta clase incluye tipos de entretenimiento turístico como las actividades de salas de baile, discotecas, parques de diversión y centros similares, etc.

- **Actividades deportivas (CIIU 9241)**  
Incluye todo tipo de actividades deportivas como clubes de fútbol, natación, golf, boxeo, lucha libre, gimnasia, levantamiento de pesas, ajedrez, atletismo, tiro al blanco, etc.
- **Otras actividades de esparcimiento (CIIU 9249)**  
Comprende las actividades de esparcimiento tales como, obras de televisión, de teatro; juegos de azar y apuesta; de ferias y espectáculos de carácter recreativo; de instalaciones de transporte para fines recreativos, entre otros.  
En la cuenta satélite de turismo, se dio énfasis a las actividades de recreación como los casinos y tragamonedas.
- **Otras actividades de servicios N.C.P (CIIU 9309)**  
Se incluyó a los porteadores de maletas.

En general, este conjunto de actividades se puede describir como los servicios recreativos y de entretenimiento que se prestaron a los visitantes internos, receptivos y emisivos, de acuerdo a las modalidades y características de cada clase CIIU incorporada en este trabajo.

#### Cuenta de producción

El valor de la producción turística de las *Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas (CIIU 9214)* específicamente peñas, se calculó a través del gasto del turismo interno y receptivo, contándose con información de PromPerú sobre la afluencia de los turistas a las peñas y sus gastos promedios para el año 2002.

La producción de *Otras actividades de entretenimiento (CIIU 9219)* se determinó con el gasto realizado por los visitantes internos y receptivos en discotecas y pubs. Para ello, se contó con los estudios de PromPerú<sup>7</sup>, el flujo de viajes del turismo interno y receptivo elaborado por el MINCETUR y los gastos promedios para el año 2002 del turista interno y receptivo.

Para determinar la producción turística de las *Actividades deportivas (CIIU 9241)*, se utilizó el gasto turístico de los visitantes además de los estudios de PromPerú respecto a la participación de los turistas en actividades deportivas, el flujo del turismo interno y receptivo y, finalmente, el precio de las entradas a espectáculos deportivos vigentes en el 2002.

La producción de *Otras actividades de esparcimiento (CIIU 9249)* se determinó a través del gasto efectuado por los turistas internos y receptivos que asistieron a los casinos y tragamonedas. Se dispuso de información concerniente al flujo turístico interno y receptivo y sobre la participación porcentual de asistencia de turistas a los establecimientos de casinos y tragamonedas. El gasto mínimo del turista que acudió a estos lugares de entretenimiento se calculó y actualizó a partir del sondeo de la CST del 2001 y la evolución anual del gasto del turista interno y receptivo de la ENAHO y PromPerú, respectivamente.

Para determinar la producción de *Otras actividades de servicios n.c.p. (CIIU 9309)*, específicamente, porteadores de maletas, se recurrió a las empresas SEGEPACK y CORPANCHO que prestan este servicio en los terminales aéreos y terrestres, cuyos datos se obtuvieron de las entrevistas directas a los trabajadores de dichas empresas captándose información de ingresos y gastos, población ocupada y periodo de trabajo. De manera adicional, se consiguió información de los porteadores de las ciudades de Cusco y Tacna.

7. Perfil del Turista Nacional 2003, Perfil del Visitante del Día 2001 y Perfil del Turista Extranjero 2002.

Finalmente, se obtuvo el valor bruto de la producción para el conjunto de las actividades de recreación y otros servicios de entretenimiento cuyo monto fue S/. 922,6 millones.

Los consumos intermedios de cada actividad incluida en los servicios recreativos y de entretenimiento, se derivaron de los coeficientes técnicos de la misma rama de actividad de las cuentas nacionales, con lo cual se guarda coherencia a nivel de cada clase CIIU, obteniéndose un valor total de S/. 361,5 millones.

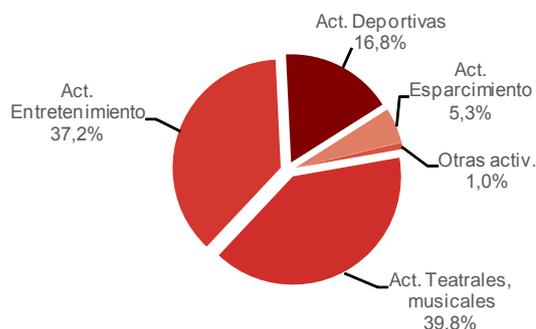
El cálculo del valor agregado bruto de esta actividad siguió el mismo procedimiento que las cuentas nacionales convencionales. Por un lado, por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio se obtuvo un total de S/. 561,1 millones y, por otro lado, se determinó independientemente cada uno de sus componentes, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.21**  
**Cuenta de producción de los servicios de recreación y otros de entretenimiento, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	922,6
Consumo Intermedio	361,5
Valor Agregado Bruto	561,1
Remuneraciones	85,4
Impuestos	34,5
Excedente de explotación	441,2

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.  
Fuente: INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 4.13**  
**Producción de servicios recreativos y de entretenimiento, 2002**  
(Participación porcentual)



*Fuente: INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

El número de personas ocupadas en las actividades de recreación y entretenimiento totalizó 35 118, de los cuales el 56,1% correspondió a la participación de trabajadores no remunerados y el 43,9% a los asalariados.

#### ○ **Servicios financieros y de seguros**

En la CST 2002 se identificaron tres productos: crédito para viaje, cambio de divisas y seguros de viaje, contenidos parcialmente en actividades de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme Rev. 3, que se detallan a continuación:

##### - *Crédito para viajes*

La clase *CIIU 6519 Otros tipos de intermediación monetaria*, incluye la intermediación monetaria realizada por instituciones monetarias diferentes de los bancos centrales, se incluyen actividades de la banca comercial, los bancos de descuento y las cajas de ahorro, así como las de instituciones especializadas de concesión de crédito para la compra de vivienda que también reciben depósitos. Para la CST 2002 se consideró sólo una parte de la clase CIIU, correspondiente al Crédito para viajes que utiliza el turista interno mediante un préstamo a una entidad financiera.

##### - *Cambio de divisas*

La clase *CIIU 6719 Actividades auxiliares de la intermediación financiera n.c.p* comprende las actividades auxiliares de la intermediación financiera no clasificadas en otra parte, incluso los servicios de asesores financieros, asesores y corredores hipotecarios, casas de cambio, etc., identificándose para la CST los movimientos de cambio de divisas que realizan el turista receptivo y emisivo en las casas de cambio, con la finalidad de efectuar sus gastos en los lugares visitados.

##### - *Seguros de viaje*

La clase *CIIU 6603 Planes de seguros generales*, considera los planes de seguro (incluso el reaseguro) distintos de los seguros de vida, como por ejemplo, planes de seguro contra accidentes y contra incendios, seguro médico, seguro de cosas y de automóviles, seguro marítimo y aeronáutico, seguro de transporte, seguros contra pérdidas pecuniarias y seguro de responsabilidad civil. Para la CST 2002, se identificó la parte correspondiente a los Seguros que utiliza el turista emisivo que viaja principalmente a Europa, donde le exigen contar con un seguro para obtener la visa para su viaje. Este seguro cubre gastos por enfermedad, accidentes y repatriación, entre otros.

### Cuenta de producción

El valor bruto de la producción de los servicios financieros y seguros para el 2002, ascendió a S/. 55,5 millones. El consumo intermedio definido como los insumos utilizados para la ejecución de los servicios prestados, tales como: material de oficina, publicidad, honorarios profesionales o técnicos, materiales auxiliares, repuestos, gastos notariales, gastos legales, energía eléctrica, agua, etc., se calcularon en S/. 17,3 millones. El valor agregado bruto calculado de la diferencia entre el valor bruto de la producción y el consumo intermedio, fue de S/. 38,2 millones.

**Cuadro 4.22**  
**Cuenta de producción de los servicios financieros y seguros, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	55,5
Consumo Intermedio	17,3
Valor Agregado Bruto	38,2
Remuneraciones	10,7
Impuestos	1,2
Excedente de explotación	26,3

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.  
Fuente: INEI, Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, Comité de Tarjetas de Asistencia al Viajero.  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

A continuación se describe el proceso de cálculo de la producción de estas actividades.

a) *Servicios Financieros*

- *Crédito para viajes:* Considerando indicadores del módulo de gastos y viajes relacionados al turismo nacional de la Encuesta Permanente de Empleo (EPE) ejecutada por el INEI en el 2005 y la ENVIR elaborada por MINCETUR entre el 2007 y el 2008, se calcularon los préstamos al turista interno y el monto a pagar por esta operación obteniéndose finalmente una producción de S/. 13,1 millones. El consumo intermedio de la actividad se calculó en S/. 3,9 millones y el valor agregado bruto en S/. 9,2 millones.
- *Cambio de divisas:* Las operaciones realizadas por los turistas receptivos y emisivos en las casas de cambio del país, se valorizaron en S/. 33,8 millones, calculadas a partir de la CST 2001 y las tasas de crecimiento de la misma clase CIIU, proveniente de la matriz de producción de cuentas nacionales del año 2002. El consumo intermedio de la actividad alcanzó S/. 10,7 millones y el valor agregado bruto S/. 23,1 millones.

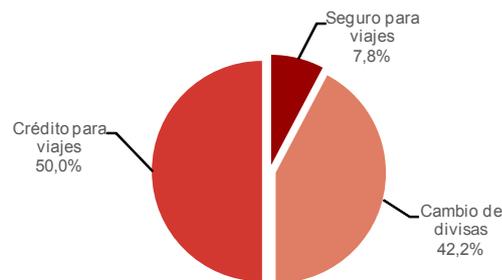
b) *Servicios de Seguros*

- *Seguro para viajes:* Para el cálculo de seguros vendidos, se consideraron los precios promedios de seguros de acuerdo a cobertura, edad del viajero y días de viaje, y la salida de turistas nacionales a Europa; asimismo se contó con información del Comité de Tarjeta de Asistencia al Viajero (COTAVI), que agrupa a empresas dedicadas a brindar el servicio de asistencia al viajero; por otro lado, se obtuvo el monto de indemnizaciones pagadas por parte de las compañías de

seguros. La producción de la actividad se determinó de la diferencia de seguros vendidos menos indemnizaciones pagadas, calculándose en S/. 8,6 millones. El consumo intermedio de la actividad ascendió a S/. 2,7 millones y el valor agregado bruto a S/. 5,9 millones.

De acuerdo a los productos ofrecidos por la actividad servicios financieros y seguros, se puede apreciar que el crédito para viajes representó 50,0%, cambio de divisas 42,2% y el seguro para viajes 7,8%, como se muestra en el siguiente gráfico:

**Gráfico 4.14**  
**Producción de servicios financieros y de seguros,**  
**por producto, 2002**  
(Participación porcentual)



Fuente: INEI, Superintendencia de Banca, Seguros y AFP  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

### Personal ocupado

Para el cálculo del personal ocupado que laboró en la actividad de servicios financieros y seguros, se consideraron los coeficientes de productividad de la misma clase CIIU de cuentas nacionales, estimándose un total de 439 trabajadores, todos ellos remunerados.

#### o *Producción de artesanía*

En el ámbito del turismo, la producción de artesanía es fuente generadora de beneficios económicos para las comunidades artesanales, tiene mínima participación de intermediarios, aglomera a familias enteras dedicadas a su producción y comercialización, y genera un efecto multiplicador en el empleo y en los ingresos, por lo que se considera importante su medición económica.

La Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal define a la artesanía como, “la producción de bienes hechos ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso de medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y ésta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción”<sup>8</sup>

Como en la mayoría de los países, la artesanía en el Perú no está especificada en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, encontrándose implícitamente en algunas de las actividades de

8. Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal (Ley N° 29073), publicado el 25 de julio de 2007.

dicho clasificador como la fabricación de prendas de vestir, artículos de madera, de cuero, artículos de oro, plata, etc.

#### Cuenta de producción

Considerando las características de la producción de artesanía, se ha supuesto que dicha producción se ubica en el estrato pequeño de la medición que realiza cuentas nacionales y refleja su estructura productiva.

Anteriormente, en la CST 2001, se identificaron 18 actividades relacionadas con la artesanía, en base a la información de empleo del IX Censo de Población y IV de Vivienda de 1993 (CPV 1993) y a estudios como el “Diagnóstico de la Artesanía Peruana, 2001” del MINCETUR, que permitieron el análisis a nivel de líneas de producción y productos. En esta nueva evaluación, los avances realizados por el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales (CLANAR)<sup>9</sup>, que es un inventario de las líneas artesanales y productos existentes en el Perú, permitieron validar esas actividades para la CST 2002, detalladas en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.23**  
**Líneas de producción y productos relacionados con la artesanía, 2002**

Línea de Producción	CIIU Rev.3	Producto (nivel 198)
Productos textiles	1721, 1722, 1723, 1729 y 1730	107 Tejidos de punto
Prendas de vestir	1810 y 1820	108 Prendas de vestir, cueros y pieles
Productos de cuero	1912	109 Artículos de cuero
Productos de madera	2029	112 Prod. Madera, caña y caucho
Productos no metálicos	2610, 2691, 2695 y 2696	134-137 Prod. de vidrio, barro y no metálicos
Productos metálicos diversos	2899	151 Productos metálicos diversos
Productos manufac. diversos	3691, 3692, 3694 y 3699	160 Joyas y productos manuf. diversos

Fuente: INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

El indicador más confiable en el cálculo de las actividades relacionadas a la artesanía fue el empleo. Para estimar el personal ocupado del 2002 se utilizaron tasas de crecimiento poblacional, aplicados al personal ocupado de la CST 2001. Finalmente, para la medición del VBP de artesanía, se tomaron en cuenta el personal ocupado y los coeficientes de productividad a nivel de actividades según las clases CIIU involucradas, con los cuales la producción de artesanía destinada al turismo llegó a S/. 542,4 millones.

9. El Clasificador Nacional de Líneas Artesanales del Perú (CLANAR), es un trabajo de investigación a cargo de la Dirección Nacional de Artesanía en base a sondeos realizados a los artesanos de todo el país para elaborar un inventario de líneas y productos artesanales, siguiendo los principios y recomendaciones de clasificadores de similares características tales como la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), el Sistema Armonizado de Aduanas (SAA), la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CLANAE) y la Clasificación Central de Productos (CPC).

**Cuadro 4.24**  
**Cuenta de producción de artesanía, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	542,4
Consumo Intermedio	239,7
Valor Agregado Bruto	302,7
Remuneraciones	22,4
Impuestos	2,5
Ingreso Mixto Bruto	277,9

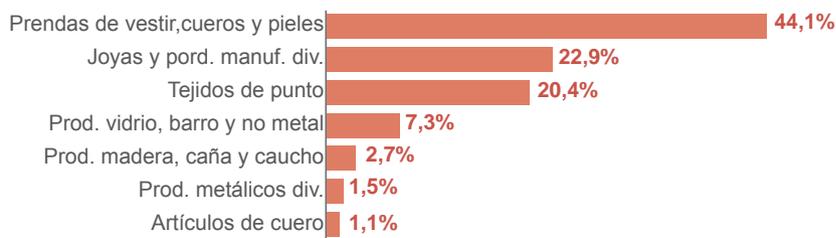
*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

El rubro más importante en la producción de artesanía fue la fabricación de prendas de vestir (44,1%) destacando los ponchos, artículos de alpaca, gorros, chalinas. Otras actividades representativas fueron la fabricación de joyería e instrumentos musicales (22,9%), seguido de tejidos de punto como telares, alfombras, mantas, etc. (20,4%) y la producción de cerámicas, artículos de yeso y vidrio (7,3%). Cabe mencionar que las artesanías de madera, metal y cuero, en conjunto representaron el 5,3% de la producción total de la actividad.

**Gráfico 4.15**  
**Producción de artesanía por producto, 2002**  
(Participación porcentual)



*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

La necesidad de contar con una especificación de la estructura productiva de artesanía condujo a realizar una nueva ponderación de los coeficientes técnicos de la CST del 2001 y del sondeo del MINCETUR a los productores y comercializadores de artesanía, con lo que se pudo calcular el consumo intermedio de la actividad en S/. 239,7 millones.

El valor agregado bruto de la producción de artesanía fue de S/. 302,7 millones, cuyo componente principal fue el ingreso mixto bruto que representó el 91,8% del total, debido a que la actividad emplea mayormente mano de obra no remunerada.

Personal ocupado

La producción de artesanía, requirió el trabajo de 31 599 personas de las cuales el 17,9% fue

remunerado y un significativo 82,1% no remunerado, integrado mayormente por familiares que trabajan en la actividad.

#### 4.4.2 Actividades Conexas

Las actividades conexas al turismo aglomeran un conjunto de actividades que complementan de manera directa o indirecta los servicios característicos del turismo. Entre los más importantes se tienen:

- Transporte urbano
- Servicios fotográficos
- Cámaras y asociaciones,
- Servicios de enseñanza
- Servicios gubernamentales,
- Comercio

##### ○ *Transporte urbano*

Son los servicios que utilizan los visitantes internos, receptivos y emisivos para movilizarse dentro de la ciudad que están visitando, los tipos de transporte considerados fueron las coaster y los ómnibus.

##### ○ *Servicios de fotografía*

Las actividades de fotografía que se registran en la CIIU 7494 Actividades de fotografía, comprenden la parte de servicios fotográficos dedicada al turismo como la producción fotográfica comercial, el procesamiento de fotografías y filmes de propiedad de los visitantes, incluye también la realización de retratos fotográficos (incluso mediante máquinas accionadas por monedas) por ejemplo, fotos para los pasaportes, y fotografías para anuncios comerciales turísticos, entre otros.

##### ○ *Cámaras y asociaciones*

Esta actividad se incluye en la CIIU 9111 Actividades de organización empresariales y de empleadores.

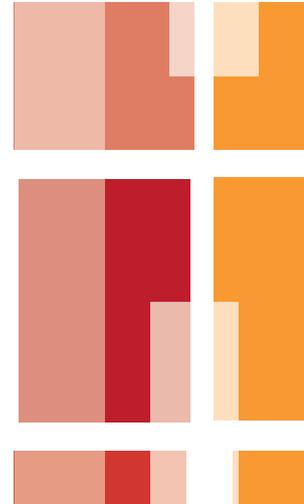
Esta clase incluye los servicios de las asociaciones y gremios empresariales relacionados con el desarrollo y la prosperidad del turismo. Entre las principales actividades que desarrollan se tiene la difusión de información turística, la representación ante los organismos públicos, etc.

##### ○ *Enseñanza*

La enseñanza del turismo a nivel universitario o de instituto superior con rango universitario (CIIU 8030) se incluye en la cuenta satélite de turismo y comprende a todas las facultades de turismo de las universidades, así como a los centros superiores de formación turística.

##### ○ *Servicios gubernamentales*

En el marco de la Cuenta Satélite de Turismo los productores de servicios gubernamentales cuantifican la producción de servicios que no son destinados a la venta en el mercado y cuya finalidad es promover el turismo en todas



sus formas, facilitar el flujo turístico dentro del país, orientar y proteger a los visitantes, entre otros aspectos.

○ *Comercio*

Esta actividad en muchos casos funciona bajo un mismo establecimiento, en otros casos funciona como establecimientos especializados en este ámbito. El comercio al por menor (CIIU's 5050, 5232 y 5239) comprende en gran medida las ventas de bienes de artesanía, tanto a los visitantes internos, como a los receptivos y emisivos. Para la CST se incluyen también la venta de combustibles, equipos de campamento, maletas, bolsos, equipo y material fotográfico, entre otros.

Cuenta de producción

El valor bruto de producción estuvo constituido por la suma de la producción de todos los servicios conexos referidos anteriormente totalizando S/. 1 013,7 millones.

En el caso del transporte urbano la producción se derivó de los servicios de coaster y ómnibus que utilizaron los visitantes internos, receptivos y emisivos para movilizarse dentro de la ciudad visitada. Se utilizaron tarifas promedio por tipo de transporte por días promedio de permanencia.

Los servicios fotográficos resultaron de la venta del procesamiento de fotografías y filmes de propiedad de los visitantes, incluyendo la realización de retratos para los pasaportes, fotografías para anuncios turísticos, etc.

El valor de los servicios de las cámaras y asociaciones, que no tienen fines de lucro, estuvo constituido por las cuotas de sus asociados e ingresos por eventos, cursos o talleres especializados y otros servicios empresariales prestados a sus propios asociados.

Para calcular los servicios de enseñanza se requirió conocer básicamente la población estudiantil que siguió estudios de turismo y el precio promedio de sus tarifas mensuales.

En el caso de la producción de los servicios turísticos gubernamentales (CIIU 7511) fue la suma de sus costos incurridos en la prestación de dichos servicios que son en forma gratuita o a precios que generalmente no cubren sus costos de producción. Entre las instituciones que prestan servicios de promoción al turismo se tienen a PromPerú y al MINCETUR.

La producción del comercio al por menor registró los márgenes comerciales de las ventas de bienes de artesanía a los visitantes internos, receptivos y emisivos. Se incluyeron los márgenes comerciales de la venta de equipos de campamento, maletas, bolsos, equipo y materiales fotográficos, entre otros.

Los consumos intermedios de cada actividad se derivaron de los coeficientes técnicos de la misma rama de actividad de las cuentas nacionales, con lo cual se guarda coherencia a nivel de cada clase CIIU, obteniéndose un valor del consumo intermedio total de S/. 391,0 millones.

Para obtener el valor agregado bruto de las actividades conexas se siguió el mismo procedimiento que las cuentas nacionales convencionales, por un lado se obtuvo el valor total de S/ 622,7 millones por diferencia entre el valor bruto de la producción y el consumo intermedio, y por otro lado, se calculó de manera independiente cada uno de sus componentes, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.25**  
**Cuenta de producción de las actividades conexas, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

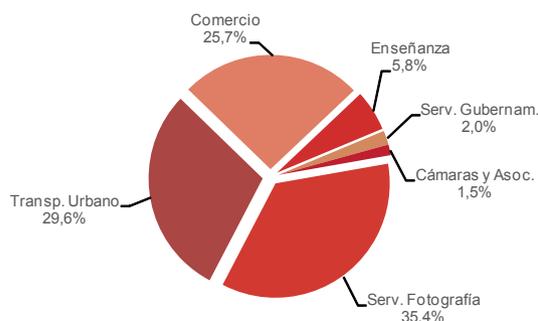
Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	1 013,7
Consumo Intermedio	391,0
Valor Agregado Bruto	622,7
Remuneraciones	119,7
Impuestos	17,0
Excedente bruto de explotación	486,1

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

**Gráfico 4.16**  
**Producción de actividades conexas, 2002**  
(Participación porcentual)



*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

### Personal ocupado

El número de personas ocupadas en estas actividades conexas totalizó 22 913, de los cuales el 69,4% correspondió a la categoría de asalariados, en tanto, el 30,6% a los no asalariados.

### 4.4.3 Actividades no específicas

Las actividades no específicas del turismo producen bienes y servicios consumidos indistintamente por turistas y no turistas. El hecho de que los turistas no lo pudieran consumir, no afecta en ningún sentido la producción de estos productos<sup>10</sup>. Para la Cuenta Satélite de Turismo 2002 se identificaron tres actividades, las cuales se encuentran ubicadas en las siguientes clases CIU:

10. Documento Cuenta Satélite de Turismo del Perú, Año de Evaluación 2001.

○ *Combustibles para vehículos automotores*

La clase *CIIU 2320 Fabricación de productos de la refinación del petróleo*, comprende a la producción de combustibles líquidos y gaseosos (etano, butano y propano), aceites de alumbrado, aceites y grasas lubricantes y otros productos a partir del petróleo crudo y de minerales bituminosos. La CST 2002 identificó el combustible utilizado por quienes viajan con movilidad propia.

○ *Equipo de campamento y excursionismo*

La clase *CIIU 1721 Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir*, incluye la fabricación, con tejidos no producidos en la misma unidad, artículos confeccionados con cualquier tipo de material textil, incluso tejidos de punto y ganchillo. La CST 2002 sólo considera una parte de la CIIU, correspondiente a la fabricación de maletas, bolsos accesorios para el viaje.

○ *Comunicaciones*

La clase *CIIU 6420 Telecomunicaciones* incluye las comunicaciones telefónicas, telegráficas y por télex, así como mantenimiento de redes de telecomunicación. Para la CST se considera sólo las llamadas telefónicas que realiza el turista durante sus viajes.

La clase *CIIU 6411 Actividades postales* abarca la recolección, el transporte y la entrega (nacional e internacional) de correspondencia y paquetes; incluyendo también servicios de alquiler de buzones portales, entre otros. Para la CST se tomó en consideración las actividades de envío de correspondencia y/o postales nacional e internacional que realizan los turistas.

Cuenta de producción

El cálculo de la producción de estas actividades se realizó tomando en cuenta la información de la Tabla Insumo Producto (TIP) 2002 del INEI, precios y volumen de combustibles del Ministerio de Energía y Minas (MINEM), y la remuneración promedio correspondiente a cada actividad obtenida del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE). Para el año 2002, la producción de las actividades no específicas, en conjunto, alcanzó S/. 313,0 millones.

Para calcular el consumo intermedio, se consideraron las estructuras de la TIP por cada actividad, estimándose en S/. 223,3 millones.

El valor agregado bruto, considerado como el total de ingresos recibidos por el uso de factores productivos que participan en el proceso de producción, se obtuvo por diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio, calculándose en S/. 89,7 millones.

**Cuadro 4.26**  
**Cuenta de producción de las actividades no específicas, 2002**  
(Millones de Nuevos Soles)

Rubro	Valor
Valor Bruto de Producción	313,0
Consumo Intermedio	223,3
Valor Agregado Bruto	89,7
Remuneraciones	14,1
Impuestos	0,6
Excedente de explotación	75,1

*Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.*

*Fuente: INEI*

*Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA*

Desagregando el nivel de producción en cada una de las actividades, tenemos lo siguiente:

*a) Combustible para vehículos automotores*

La producción se calculó teniendo en cuenta el gasto del turista interno al utilizar auto propio para sus viajes. Se analizaron los estudios realizados por PromPerú y la información sobre la producción de las refinerías. El monto total ascendió a S/. 230,8 millones, correspondiendo S/. 187,1 millones a gastos de consumo intermedio y S/. 43,7 millones al valor agregado bruto.

*b) Equipo de campamento y excursionismo*

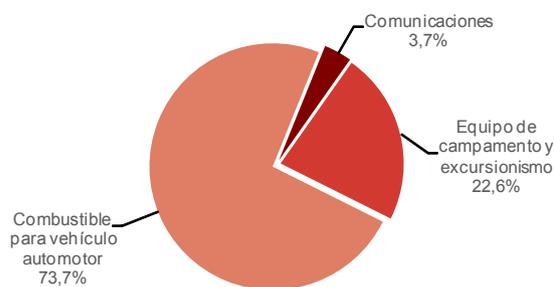
En esta actividad se incluyó la fabricación de las maletas, bolsos y accesorios para viaje, que compró el turista para la realización de sus viajes. El cálculo de la producción partió de la información de la misma actividad económica de cuentas nacionales estimándose en S/. 70,7 millones. El consumo intermedio alcanzó S/. 32,4 millones y el valor agregado bruto S/. 38,3 millones.

*c) Servicio de comunicaciones*

Las actividades comprendidas en estos servicios se valoraron en S/. 11,5 millones, de los cuales el servicio postal que utilizó el turista representó el 1,6%, en tanto, el servicio de telecomunicaciones, que en este caso comprendió sólo las llamadas telefónicas, significó 98,4%. El consumo intermedio de la actividad fue de S/. 3,7 millones y el valor agregado bruto de S/. 7,8 millones.

En el siguiente gráfico podemos apreciar que dentro de las actividades no específicas, la producción de combustible para vehículos automotores representó casi las tres cuartas partes del total (73,7%) seguido de la producción de equipo de campamento y excursionismo con 22,6% y, en menor proporción, el servicio de comunicaciones que significó sólo 3,7% de la producción.

**Gráfico 4.17**  
**Producción de actividades no específicas, 2002**  
(Participación porcentual)



Fuente: INEI  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

### Personal ocupado

Para calcular el personal ocupado que laboró en las actividades no específicas del turismo se utilizaron coeficientes de productividad de las cuentas nacionales a nivel de cada actividad, obteniéndose 1840 trabajadores, siendo remunerado el 41,9% y no remunerado el 58,1%.

## **5. Conclusiones**

### **FLUJO TURÍSTICO**

Para el cálculo de los flujos o movimiento de turismo interno (turista y excursionista) del año 2002, se requirió retropolar los resultados de la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes 2007-2008 (ENVIR), con la ayuda de un conjunto de indicadores relacionados al movimiento del turismo interno como el transporte interprovincial de pasajeros, el movimiento aeroportuario de pasajeros, el tráfico ferroviario de pasajeros, arribos y pernoctaciones en establecimientos de hospedaje y el flujo de vehículos ligeros. Cabe anotar que para este proceso se analizaron y evaluaron diferentes escenarios combinando diversos indicadores.

La ENVIR permitió obtener el flujo de turistas y excursionistas internos en el ámbito urbano, sin embargo, los flujos para el ámbito rural se determinaron en forma indirecta, basado en la Encuesta Nacional Continua 2006 (ENCO).

### **CONSUMO TURÍSTICO**

En el cálculo del consumo del excursionista receptivo del año 2002 se empleó la estructura de gastos final derivada de la CST 2001, al no disponer de información directa y detallada sobre este segmento de visitantes.

Para determinar el consumo turístico interno del año 2002, se analizó la estructura de gastos de la CST 2001 y la de otras fuentes determinándose una nueva estructura de gastos para su distribución entre los principales productos de consumo.

Respecto al consumo emisor del turista y del excursionista para el mismo año, no se dispuso de una estructura de gasto propia por lo que se tuvo que recurrir a fuentes externas de información como la del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) de la República de Chile, que elabora anualmente estudios sobre las características del viaje de los turistas que visitan ese país, según país de residencia, además que el flujo turístico con Chile se considera representativo del turismo emisor.

### **ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS**

#### **1. Hoteles y similares**

Se mejoró la medición de la producción de la actividad de hoteles y similares, incluyendo resultados de la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), abril 2007-marzo 2008, que retrapolados al año 2002 sirvió para el cálculo del turismo interno de los otros tipos de alojamiento como el camping, pensión familiar y otros.

La participación de la producción de la actividad turística de hoteles y similares fue de 87,8% con

respecto a cuentas nacionales, explicado por lo siguiente:

- La estadística mensual de turismo para establecimientos de hospedaje a cargo del MINCETUR que se utilizó para el cálculo de la actividad, exceptúa aquellos que declaran tener tarifas por horas.
- Personas que viven en forma permanente en los establecimientos de hospedaje y forman parte de su entorno habitual, y no fue posible su identificación a través de dicha encuesta.
- El Perfil del Turista Nacional 2003, de PromPerú, que se utilizó para el cálculo de las pernoctaciones de los otros tipos de alojamiento: camping, pensión familiar y otros, está referido sólo a las 10 principales ciudades del país (Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura, Huancayo, Ica, Iquitos, Cusco y Cajamarca).

## 2. Segundas viviendas en propiedad

El cálculo de la producción de los servicios de alquiler de vivienda sólo se refirió a aquella destinada a los turistas internos, pues con la información disponible se observó que fueron éstos los que mayormente se alojaron en las viviendas de familiares y/o amigos, convirtiéndose en el punto de partida para la imputación de los servicios de provisión de vivienda, que significa una actividad de producción para el propietario y una actividad de consumo para el visitante.

## 3. Restaurantes y similares

Se mejoró la medición de la producción de la actividad de restaurantes y similares, al considerar los resultados de la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), 2007- 2008, retropolados al año 2002 que sirvió para el cálculo de la producción.

El servicio de provisión de alimentos y bebidas, es un producto característico del turismo. La valoración de la actividad, fue calculada en forma indirecta respecto a los precios y cantidades ofertadas a visitantes. Su medición económica se realizó a partir de las pernoctaciones y del flujo del excursionismo, tanto nacional como extranjero que hacen uso del servicio de restaurantes y similares.

## 4. Servicios de transporte de pasajeros

Para elaborar la CST 2002 se determinó que, todo el transporte interprovincial de pasajeros es característico del turismo. Según cuentas nacionales (año base 1994) el transporte interprovincial forma parte de la actividad transporte terrestre, por tal motivo se identificó sólo las unidades de transporte interprovincial.

Los servicios regulares urbanos y suburbanos de transporte de pasajeros por carretera, en la Cuenta Satélite de Turismo fueron determinados en forma separada: Servicio de taxi (producto característico) y Servicio de transporte urbano en microbús/camioneta rural.

## 5. Agencias de viaje y similares

El valor de la producción de agencias de viaje y turismo, se determinó a partir de la demanda turística cuyo valor corresponde a precios de comprador. Se calculó el consumo intermedio utilizando el coeficiente técnico estimado con información procedente del sondeo realizado a la APOTUR, y con información de la Encuesta Económica Anual 2002.

## 6. Servicios culturales y otros de entretenimiento

La metodología utilizada por el lado de la demanda es adecuada aunque se estimó a partir de información parcial del número de visitantes por tipo de turismo. Los cálculos realizados por el lado de la demanda se sustentan en información estimada del porcentaje de visitas a museos y otros centros de esparcimiento públicos y privados y precios promedios, obteniéndose así el valor de la producción, y aplicando un coeficiente técnico de insumo producto de cuentas nacionales se calculó el consumo intermedio que podría mejorar si se utilizaran coeficientes por tipo de actividad (museos, centros de esparcimiento, etc).

## 7. Servicios financieros y de seguros

Las cuentas nacionales presentan la producción total de las empresas financieras y de seguros y no desagregan los servicios relacionados al turismo. Asimismo, las encuestas de viajes realizadas por el BCRP, no presentaron el detalle del consumo realizado por el visitante, respecto a los servicios financieros y de seguros relacionados con el turismo. No obstante, para la CST se logró identificar el crédito para viajes, cambio de divisas y seguros para viajes.

## 8. Producción de artesanía

El Sistema de Cuentas Nacionales no mide la producción de artesanía, por ende no se disponen de indicadores directos e información específica para su medición; debido a ello, el procedimiento de cálculo de la producción se realizó de forma indirecta recurriéndose a datos de empleo del CPV 1993 y al documento “Diagnóstico de la Artesanía Peruana, 2001”, elaborado por el MINCETUR. Se consideró la información de personal ocupado en las actividades económicas y el tamaño de establecimiento lo cual permitió tener algunas aproximaciones del número de trabajadores en las actividades relacionadas con la artesanía.

Para calcular la estructura productiva que refleje el proceso de producción de artesanías, se hizo una comparación internacional de coeficientes técnicos que permitieron especificar la relación insumo-producto del sector. Adicionalmente, se utilizó información obtenida del sondeo realizado por el MINCETUR a los productores de artesanías en el año 2005.

## ACTIVIDADES CONEXAS

### 1. Transporte urbano

La actividad de transporte urbano fue calculada en forma indirecta y se determinó a partir del flujo de visitantes que hizo uso del transporte urbano (fuente PromPerú), luego se multiplicó por los precios promedio según tarifas en las unidades de transporte urbano.

## 2. Actividades de fotografía

La actividad de fotografía pertenece a la clase CIIU 7494 (CIIU Rev. 3) que es parte de la nomenclatura de la TIP 2002 actividad 41: productores de servicios mercantes prestados a hogares. La medición de la producción fue calculada en forma indirecta y se realizó con la información proporcionada por cuentas nacionales, en base a la cual se distinguen los servicios fotográficos prestados a los visitantes.

## 3. Cámaras y asociaciones relacionadas con el turismo

Para el cálculo de la producción turística de esta actividad se dispuso de información proporcionada por las empresas sin fines de lucro que respondieron al sondeo realizado por el MINCETUR, sobre los servicios que estas instituciones prestan a los visitantes, complementando con los datos de producción de cuentas nacionales.

## 4. Enseñanza superior privada y pública

La producción de las actividades de educación superior especializadas en turismo se determinó con información facilitada por universidades e institutos de enseñanza superior públicas y privadas que ofrecen carreras de turismo, complementándose con los niveles de producción de la TIP 2002.

## 5. Productores de servicios gubernamentales

Para determinar la producción de los servicios turísticos gubernamentales en la CST se emplearon los presupuestos ejecutados anuales de las instituciones relacionadas a las actividades turísticas públicas, a partir del SIAF 2002 cuyo contenido se refiere a dichos presupuestos según sector, pliego, unidades ejecutoras, proyecto, sub-proyecto, programa, partidas genéricas y sub genéricas del gasto ejecutado, etc., se utilizó la misma metodología de cuentas nacionales.

## 6. Comercio

Los márgenes de comercio se determinaron a partir de la oferta del año 2002 y de los gastos realizados por las diferentes categorías de turistas en la adquisición de productos como artesanías, equipos de campamentos y excursionismo, maletas, bolsos y accesorios de viaje, combustible para vehículos automotores, equipos y material fotográfico. El cálculo de la producción, consumo intermedio, valor agregado y personal ocupado de esta actividad sigue el mismo procedimiento metodológico de las cuentas nacionales, sustentado además en estudios especiales orientados a los establecimientos de venta de artesanía realizados por el MINCETUR.

## ACTIVIDADES NO ESPECÍFICAS

Para la CST 2002, se identificaron la producción de combustible para vehículos automotores, utilizado por quienes viajan con movilidad propia; la producción de equipos de campamento y excursionismo, como maletas, bolsos y accesorios de viajes, y la producción de servicios de comunicaciones, relacionados con las postales enviadas y llamadas telefónicas que realiza el turista durante su viaje. Los cálculos se realizaron de manera indirecta ya que no se pudieron identificar en las cuentas nacionales.

## 6. Recomendaciones

### FLUJO TURÍSTICO

La realización de una nueva Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR) a nivel nacional y departamental, considerando sus propuestas y recomendaciones, debe ser la primera prioridad para conocer y evaluar la marcha del turismo interno, sus usuarios públicos y privados que esperan esta investigación son múltiples, entre éstos se tiene a la Cuenta Satélite de Turismo.

El MINCETUR deberá realizar dicha encuesta permanente a fin de conocer la estacionalidad, realizar la comparabilidad del flujo turístico y evaluar las características del viaje de los visitantes internos, siendo de vital importancia para la Cuenta Satélite de Turismo, al destacar el desarrollo de la actividad turística interna en el país.

### CONSUMO TURÍSTICO

Incorporar en las encuestas de turismo receptivo que se ejecutan en el Perú, el segmento de excursionistas con el propósito de disponer de información detallada sobre las características de su visita del día al territorio peruano, principalmente el detalle de la estructura de gastos.

Realizar una nueva encuesta de turismo interno a nivel nacional, urbano y rural, que recoja información detallada de los visitantes internos, dada su gran relevancia dentro del Consumo Turístico Interior, en el cual representó más del 70% en la evaluación de la CST 2002.

Especificar en las encuestas de turismo emisor realizadas en el país, la estructura de gastos del turista y la estructura de gastos del excursionista, de manera separada, detallando los productos adquiridos por ambos visitantes durante sus viajes al exterior.

### ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS

#### 1. Hoteles y similares

Considerar en la próxima Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), información con cobertura urbano y rural, respecto a la estructura y permanencia promedio en el turismo y excursionismo internos, a fin de mejorar la medición de la producción turística.

#### 2. Segundas viviendas en propiedad

Mejorar y ampliar la cobertura de la imputación de estos servicios al turismo receptivo, además

del interno con estadísticas detalladas sobre el tipo de alojamiento utilizado durante la estadía del visitante en el país y otras variables relacionadas con las segundas viviendas.

### 3. Restaurantes y similares

Incluir en la próxima Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), preguntas sobre los gastos en alimentos y bebidas que realizan los turistas cuando se alojan en los establecimientos de hospedajes y similares como los hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 estrella, no categorizados, albergue, entre otros, a fin de mejorar los cálculos realizados en la actividad.

Asimismo, determinar la proporción del excursionista interno que hace uso del servicio de provisión de alimentos y bebidas, a fin de realizar los análisis y contrastar con la ENVIR y perfiles del turista de PromPerú que conlleven a una adecuada medición de la actividad.

### 4. Servicios de transporte de pasajeros

Para mejorar la cobertura de la Encuesta Económica Anual de Transportes y Comunicaciones debe dirigirse a todas las empresas a las que el MTC otorga concesión. Asimismo, se debe motivar el llenado de los formularios anexos, porque allí se obtiene información al mayor detalle.

Elaborar estudios especiales para calcular el transporte urbano de pasajeros en taxis y microbús/combi.

Coordinar con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y las empresas de transporte acuático (navegación por aguas interiores) para mejorar el llenado de los formularios de la Encuesta Económica Anual.

Coordinar con las empresas de transporte aéreo para que detallen los gastos en Alquileres y Otros servicios, dicho detalle permitirá identificar el alquiler de aeronaves (aeronaves sin tripulación y sin mantenimiento) y el fletamento de aeronaves (aeronaves con tripulación y con mantenimiento) por parte de las empresas aéreas residentes en el país.

### 5. Agencias de viaje y similares

Ejecutar una encuesta especializada al turismo receptivo, interno y emisor para desempaquetar los servicios turísticos, coordinando con CANATUR y CENFOTUR para llevar a cabo las operaciones de campo.

Actualizar los directorios de las empresas turísticas, incluidas los de Guías Turísticos, en base al censo económico 2007 y plantear acciones para su permanente actualización.

### 6. Servicios culturales y otros de entretenimiento

Desagregar las encuestas de turismo receptivo e interno de PromPerú, detallando el gasto realizado en actividades de entretenimiento así como el número de veces que asistió a un determinado tipo de espectáculo.

Separar, en la encuesta de turismo receptivo de dicha entidad, la actividad “Cines y Teatros” en dos ítem debido a que en la CST corresponden a actividades turísticas diferentes, la primera se incluye en los servicios de entretenimiento y la segunda en los servicios culturales.

## 7. Servicios financieros y seguros

La actividad de servicios financieros y seguros está cobrando mayor importancia en el sector turístico, ya que más turistas están requiriendo los créditos, tarjetas y seguros para viajes, por lo que es necesario coordinar y establecer convenios con las empresas financieras, de seguros y casas de cambio para acceder a información detallada sobre los servicios que ofrecen a los turistas, y tener mayor cobertura de la oferta de la actividad relacionada al turismo.

Incluir en estudios como la ENVIR, preguntas sobre el financiamiento de viaje del turista y excursionista internos. Es preciso recomendar la reformulación de la pregunta, para conocer cuántos turistas y excursionistas requieren de un préstamo ante una entidad financiera y cuáles son los importes requeridos. Así mismo se requiere conocer cuántos de ellos financian su viaje empleando tarjetas de crédito.

## 8. Producción de artesanía relacionada al turismo

Medir la cuenta de producción de artesanía de manera permanente, en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales.

Actualizar los directorios mediante el Registro Nacional del Artesano (creado mediante la Ley N° 29073 Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal) para conocer el universo de artesanos a nivel nacional, permitiendo generar el marco necesario para el diseño de encuestas, sondeos y estudios relacionados a la producción de artesanía

Realizar nuevos sondeos a productores y comercializadores artesanales en forma periódica que faciliten información estadística del valor de la producción, costos (materias primas e insumos utilizados, mano de obra, tecnología, etc.), mercado y comercialización.

## ACTIVIDADES CONEXAS

### 1. Transporte urbano

Coordinar con el INEI para mejorar los contenidos de la Encuesta Económica Anual de Transportes y Comunicaciones.

### 2. Actividades de fotografía

Para mejorar la medición de la producción turística de esta actividad, se recomienda realizar un sondeo dirigido a los establecimientos que se dedican a los servicios de revelados y servicios

fotográficos.

### 3. Cámaras y asociaciones relacionadas con el turismo

Coordinar con el INEI para que en la Resolución Jefatural de ejecución de la Encuesta Económica Anual, se incluya un artículo que especifique que también las empresas sin fines de lucro están obligadas a informar a la encuesta.

### 4. Enseñanza superior privada y pública

Elaborar un cuestionario dirigido a universidades e institutos que imparten enseñanza sobre turismo, que contenga preguntas sobre gastos corrientes en bienes y servicios, número de alumnos matriculados, pensión promedio por categoría de alumno, tiempo de estudio al año, personal ocupado, ingresos por el servicio de enseñanza, etc. con el propósito de disponer de estadísticas que permitan realizar una medición directa de la producción turística de esta actividad.

### 5. Productores de servicios gubernamentales

Coordinar directamente con las instituciones gubernamentales relacionadas al turismo a fin de disponer de información detallada sobre los servicios turísticos prestados a la colectividad, con el propósito de medir directamente su producción.

### 6. Comercio

Realizar estudios como el sondeo a comercializadores de artesanía elaborado por el MINCETUR con mayor frecuencia, lo que permitirá conocer mejor los márgenes comerciales según líneas de producción.

Coordinar con el INEI, la inclusión de principales empresas dedicadas a la venta de equipo de campamento y excursionismo, equipo y material fotográfico, en la Encuesta Económica Anual.

## ACTIVIDADES NO ESPECÍFICAS

Para cuantificar en términos macroeconómicos la producción generada por las actividades no específicas referidas el turismo, es necesario llevar a cabo diversas investigaciones, encuestas y sondeos, que permitan cuantificar detalladamente las características turísticas; tal es el caso de la ENVIR que presenta gastos de los visitantes internos en combustible para vehículo automotor, pero no presenta gastos en compras de equipo de campamento, ni en comunicaciones, por lo que se recomienda su inclusión. Cabe resaltar, que se cuenta con gasto de Otros, que será necesario conocer en detalle.

## ANEXO : TABLAS DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO

**Tabla 0.1 PERÚ: Aporte del turismo a la economía nacional, 2002**

Descripción	Miles de Nuevos Soles
<b>Producto Bruto Interno del país</b>	<b>199 937 029</b>
<b>Consumo Turístico Interior</b>	<b>13 440 254</b>
Consumo Turístico Receptivo	2 940 769
Consumo Turístico Interno	9 511 045
Consumo Turístico Emisivo (componente interno-Perú)	236 971
Otros componentes del consumo del visitante (Operaciones No Monetarias)	751 469
<b>Porcentaje respecto al Producto Bruto Interno del país</b>	<b>6,7</b>

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 0.2.1 Relaciones del consumo turístico con el Producto Bruto Interno, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles y porcentaje)

Descripción	Operaciones	
	Monetarias	Monetarias y No Monetarias
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>199 937 029</b>	<b>199 937 029</b>
<b>TOTAL CONSUMO TURÍSTICO</b>	<b>15 428 405</b>	<b>16 179 874</b>
Turismo receptivo	2 940 769	2 940 769
Turismo interno	9 511 045	9 511 045
Turismo emisivo (componente externo)	2 739 620	2 739 620
Turismo emisivo (componente interno-Perú)	236 971	236 971
Operaciones No Monetarias	-	751 469
<b>Porcentaje respecto al Producto Bruto Interno</b>		<b>%</b>
<b>TOTAL CONSUMO TURÍSTICO</b>	<b>7,7</b>	<b>8,1</b>
Turismo receptivo	1,5	1,5
Turismo interno	4,8	4,8
Turismo emisivo (componente externo)	1,4	1,4
Turismo emisivo (componente interno-Perú)	0,1	0,1
Operaciones No Monetarias	-	0,4

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 0.2.2 Saldo de flujos turísticos con el resto del mundo, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles y porcentaje)

Descripción	Valor
1. Turismo receptivo	2 940 769
2. Turismo emisoro (componente externo)	2 739 620
Saldo	201 149
<b>Porcentaje respecto al PBI</b>	<b>%</b>
1. Turismo receptivo	1,5
2. Turismo emisoro (componente externo)	1,4
Saldo	0,1
<b>Porcentaje respecto a transacciones externas de bienes y servicios</b>	<b>%</b>
1. Turismo receptivo/exportaciones	9,0
2. Turismo emisoro(componente externo) / importaciones	8,1

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 0.3 PERÚ: Consumo Turístico, 2002 (Tabla Resumen)**  
(Miles de Nuevos Soles y porcentaje)

Descripción	Miles de Nuevos Soles	%
<b>Consumo Turístico Interior</b>	<b>13 440 254</b>	<b>100,0</b>
Consumo Turístico Interno	9 511 045	70,8
Consumo Turístico Receptivo	2 940 769	21,9
Consumo Turístico Emisoro (comp. interno-Perú)	236 971	1,8
Operaciones No Monetarias	751 469	5,6
<b>Consumo Turístico Nacional</b>	<b>12 487 636</b>	<b>100,0</b>
Consumo Turístico Interno (total)	9 748 016	78,1
Consumo Turístico Emisoro (comp. externo)	2 739 620	21,9
<b>Consumo Turístico Internacional</b>	<b>5 680 389</b>	<b>100,0</b>
Consumo Turístico Receptivo	2 940 769	51,8
Consumo Turístico Emisoro (comp. externo)	2 739 620	48,2

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 0.4 PERÚ: Producto Bruto Interno Turístico (PBIT), por tipo de actividad, 2002**

Descripción	Miles de Nuevos Soles
<b>Producto Bruto Interno del país</b>	<b>199 937 029</b>
<b>PRODUCTO BRUTO INTERNO TURÍSTICO</b>	<b>7 188 133</b>
<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>6 841 357</b>
Actividades características del turismo	6 128 912
Actividades conexas al turismo	622 702
Actividades no específicas del turismo	89 743
<b>Impuestos a los productos</b>	<b>329 408</b>
<b>Impuestos sobre las importaciones</b>	<b>17 368</b>
<b>Porcentaje respecto al Producto Bruto Interno del país</b>	<b>3,6</b>

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 0.5.1 PERÚ: Oferta de la producción turística por tipo de producto, 2002**

Descripción	Miles de Nuevos Soles	%
<b>TOTAL OFERTA TURÍSTICA INTERNA</b>	<b>13 080 388</b>	<b>100,0</b>
Productos característicos del turismo	11 162 148	85,3
Productos conexas al turismo	1 034 950	7,9
Productos no específicos del turismo	354 213	2,7
Impuestos a los productos	329 408	2,5
Impuestos sobre las importaciones	17 368	0,1
Importaciones	182 302	1,4

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 0.5.2 PERÚ: Oferta de la producción turística por principales productos, 2002**

Descripción	Miles de Nuevos Soles	%	
<b>TOTAL OFERTA TURÍSTICA INTERNA</b>	<b>13 080 388</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Producción a precios básicos</b>	<b>12 551 310</b>	<b>100,0</b>	<b>96,0</b>
Servicios de alojamiento	1 978 922	15,8	
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	2 771 512	22,1	
Servicios de transporte de pasajeros	3 785 781	30,2	
Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo	694 031	5,5	
Otros servicios turísticos	1 389 453	11,1	
Productos de artesanía	542 449	4,3	
Productos conexas	1 034 950	8,2	
Productos no específicos	354 213	2,8	
<b>Impuestos a los productos</b>	<b>329 408</b>		2,5
<b>Impuestos sobre las importaciones</b>	<b>17 368</b>		0,1
<b>Importaciones</b>	<b>182 302</b>		1,4

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 1. PERÚ: Consumo turístico receptivo por productos y categorías de visitantes, 2002**

(Gasto en efectivo del consumo final del visitante)

(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Excursionistas	Turistas	Total visitantes
		(1.1)	(1.2)	(1.3)
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>45 370</b>	<b>2 853 091</b>	<b>2 898 461</b>
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>42 693</b>	<b>2 843 624</b>	<b>2 886 317</b>
<b>1.0</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>0</b>	<b>751 359</b>	<b>751 359</b>
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	0	751 359	751 359
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	0	0	0
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>15 081</b>	<b>539 892</b>	<b>554 973</b>
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>2 772</b>	<b>926 553</b>	<b>929 325</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	0	8 012	8 012
3.2	Servicios de transporte por carretera	2 772	209 063	211 835
3.3	Servicios de transporte acuático	0	4 621	4 621
3.4	Servicios de transporte aéreo	0	595 789	595 789
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros	0	94 092	94 092
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	0	14 977	14 977
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>0</b>	<b>129 696</b>	<b>129 696</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes	0	62 269	62 269
4.2	Servicios de tour operadores	0	39 183	39 183
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	0	28 243	28 243
<b>5.0</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>9 364</b>	<b>191 318</b>	<b>200 682</b>
<b>6.0</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>3 581</b>	<b>94 311</b>	<b>97 892</b>
<b>7.0</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>181</b>	<b>16 799</b>	<b>16 981</b>
<b>9.0</b>	<b>Productos de artesanía</b>	<b>11 714</b>	<b>193 696</b>	<b>205 411</b>
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	<b>2 677</b>	<b>9 467</b>	<b>12 144</b>
11.0	Márgenes de comercio	0	0	0
	Servicios conexos, varios	2 677	9 467	12 144
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>0</b>	<b>42 308</b>	<b>42 308</b>
	Bienes no específicos, varios	0	33 296	33 296
	Servicios no específicos, varios	0	9 012	9 012
<b>TOTAL</b>		<b>45 370</b>	<b>2 895 398</b>	<b>2 940 769</b>
	Número de llegadas	240 446	1 063 606	1 304 052
	Número de días / pernoctaciones	0	15 954 088	15 954 088

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 2. PERÚ: Consumo turístico interno por productos y por grupos de visitantes residentes, 2002**  
(Gasto en efectivo del consumo final del visitante)  
(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Visitantes residentes que viajan únicamente dentro del país de residencia				Visitantes residentes que viajan a un país diferente, consumo en el país				Todos los visitantes residentes			
		Turistas (2.2)		Total visitantes (2.3)		Turistas (2.5)		Total visitantes (2.6)		Excursionistas (2.7)		Total visitantes (2.9)	
		Excursionistas (2.1)	Turistas (2.2)	Total visitantes (2.3)	Excursionistas (2.4)	Turistas (2.5)	Total visitantes (2.6)	Excursionistas (2.7)	Turistas (2.8)	Total visitantes (2.9)			
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	1 439 452	7 348 388	8 787 840	0	236 717	236 717	1 439 452	7 585 105	9 024 557			
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	1 209 854	6 919 143	8 128 998	0	210 033	210 033	1 209 854	7 129 177	8 339 031			
1.0	<b>Servicios de alojamiento</b>	0	957 015	957 015	0	29 583	29 583	0	986 598	986 598			
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	0	957 015	957 015	0	29 583	29 583	0	986 598	986 598			
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	826 854	1 437 118	2 263 973	0	5 419	5 419	826 854	1 442 538	2 269 392			
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	62 012	2 735 752	2 797 764	0	130 406	130 406	62 012	2 866 158	2 928 170			
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	0	62 970	62 970	0	14	14	0	62 984	62 984			
3.2	Servicios de transporte por carretera	62 012	1 651 499	1 713 511	0	1 650	1 650	62 012	1 653 149	1 715 161			
3.3	Servicios de transporte acuático	0	36 950	36 950	0	553	553	0	37 503	37 503			
3.4	Servicios de transporte aéreo	0	954 649	954 649	0	84 596	84 596	0	1 039 245	1 039 245			
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros	0	5 451	5 451	0	43 329	43 329	0	48 790	48 790			
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	0	24 233	24 233	0	263	263	0	24 496	24 496			
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	0	552 034	552 034	0	30 769	30 769	0	582 803	582 803			
4.1	Servicios de agencia de viajes	0	291 087	291 087	0	17 875	17 875	0	308 961	308 961			
4.2	Servicios de tour operadores	0	204 693	204 693	0	12 894	12 894	0	217 588	217 588			
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	0	56 254	56 254	0	0	0	0	56 254	56 254			
<b>5.0</b>	<b>Servicios culturales</b>	12 474	164 619	177 094	0	3 385	3 385	12 474	168 005	180 479			
<b>6.0</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	201 806	620 709	822 515	0	0	0	201 806	620 709	822 515			
7.0	Servicios turísticos diversos	0	36 851	36 851	0	10 471	10 471	0	47 321	47 321			
9.0	Productos de artesanía	106 707	415 044	521 751	0	0	0	106 707	415 044	521 751			
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	229 598	429 245	658 842	0	26 684	26 684	229 598	455 928	685 526			
11.0	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	Servicios conexos, varios	229 598	429 245	658 842	0	26 684	26 684	229 598	455 928	685 526			
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	246 286	476 919	723 205	0	254	254	246 286	477 173	723 460			
	Bienes no específicos, varios	246 286	437 119	683 405	0	0	0	246 286	437 119	683 405			
	Servicios no específicos, varios	0	39 800	39 800	0	254	254	0	40 054	40 054			
	<b>TOTAL</b>	1 685 738	7 825 307	9 511 045	0	236 971	236 971	1 685 738	8 062 278	9 748 016			
	Número de llegadas	45 634 486	22 668 013	68 302 499	0	668 013	668 013	45 634 486	22 668 013	68 302 499			
	Número de días / pernотaciones	0	156 409 290	156 409 290	0	156 409 290	156 409 290	0	156 409 290	156 409 290			

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 3. PERÚ: Consumo turístico emisor por productos y categorías de visitantes, 2002**

(Gasto en efectivo del consumo final del visitante)

(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Excursionistas	Turistas	Total visitantes
		(3.1)	(3.2)	(3.3)
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>11 036</b>	<b>2 246 084</b>	<b>2 257 121</b>
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>9 660</b>	<b>2 188 408</b>	<b>2 198 068</b>
<b>1.0</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>0</b>	<b>635 123</b>	<b>635 123</b>
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	0	635 123	635 123
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	0	0	0
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>3 778</b>	<b>317 628</b>	<b>321 407</b>
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>1 849</b>	<b>861 900</b>	<b>863 748</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	0	62	62
3.2	Servicios de transporte por carretera	1 849	73 471	75 320
3.3	Servicios de transporte acuático	0	2 413	2 413
3.4	Servicios de transporte aéreo	0	751 796	751 796
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros	0	0	0
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	0	34 157	34 157
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>0</b>	<b>170 856</b>	<b>170 856</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes	0	58 232	58 232
4.2	Servicios de tour operadores	0	98 296	98 296
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	0	14 328	14 328
<b>5.0</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>1 909</b>	<b>118 864</b>	<b>120 774</b>
<b>6.0</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>0</b>	<b>5 141</b>	<b>5 141</b>
<b>7.0</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>56</b>	<b>14 568</b>	<b>14 624</b>
<b>9.0</b>	<b>Productos de artesanía</b>	<b>2 067</b>	<b>64 328</b>	<b>66 394</b>
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	<b>1 377</b>	<b>57 676</b>	<b>59 053</b>
11.0	Márgenes de comercio	0	0	0
	Servicios conexos, varios	1 377	57 676	59 053
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>3 014</b>	<b>479 485</b>	<b>482 499</b>
	Bienes no específicos, varios	3 014	470 665	473 679
	Servicios no específicos, varios	0	8 821	8 821
<b>TOTAL</b>		<b>14 050</b>	<b>2 725 570</b>	<b>2 739 620</b>
	Número de llegadas	141 106	1 269 624	1 410 730
	Número de días / pernoctaciones	0	17 101 835	17 101 835

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 4. PERÚ: Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Gasto en efectivo del consumo final del visitante			Otros componentes del consumo del visitante	Consumo turístico interior (en efectivo y en especie)
		Consumo turístico receptivo	Consumo turístico interno*	Consumo turístico interior, en efectivo		
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>2 898 461</b>	<b>9 024 557</b>	<b>11 923 018</b>	<b>391 604</b>	<b>12 314 621</b>
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>2 886 317</b>	<b>8 339 031</b>	<b>11 225 348</b>	<b>297 633</b>	<b>11 522 981</b>
<b>1.0</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>751 359</b>	<b>986 598</b>	<b>1 737 957</b>	<b>264 224</b>	<b>2 002 182</b>
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	751 359	986 598	1 737 957		1 737 957
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	0	0	0	264 224	264 224
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>554 973</b>	<b>2 269 392</b>	<b>2 824 365</b>		<b>2 824 365</b>
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>929 325</b>	<b>2 928 170</b>	<b>3 857 495</b>	<b>0</b>	<b>3 857 495</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	8 012	62 984	70 996		70 996
3.2	Servicios de transporte por carretera	211 835	1 715 161	1 926 996		1 926 996
3.3	Servicios de transporte acuático	4 621	37 503	42 124		42 124
3.4	Servicios de transporte aéreo	595 789	1 039 245	1 635 034		1 635 034
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros	94 092	48 780	142 872		142 872
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	14 977	24 496	39 473		39 473
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>129 696</b>	<b>582 803</b>	<b>712 499</b>	<b>0</b>	<b>712 499</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes	62 269	308 961	371 231		371 231
4.2	Servicios de tour operadores	39 183	217 588	256 771		256 771
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	28 243	56 254	84 498		84 498
<b>5.0</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>200 682</b>	<b>180 479</b>	<b>381 161</b>	<b>33 409</b>	<b>414 570</b>
<b>6.0</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>97 892</b>	<b>822 515</b>	<b>920 407</b>		<b>920 407</b>
<b>7.0</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>16 981</b>	<b>47 321</b>	<b>64 302</b>		<b>64 302</b>
<b>9.0</b>	<b>Productos de artesanía</b>	<b>205 411</b>	<b>521 751</b>	<b>727 162</b>		<b>727 162</b>
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	<b>12 144</b>	<b>685 526</b>	<b>697 670</b>	<b>93 970</b>	<b>791 640</b>
11.0	Márgenes de comercio	0	0	0		0
	Servicios conexos, varios	12 144	685 526	697 670	93 970	791 640
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>42 308</b>	<b>723 460</b>	<b>765 767</b>	<b>359 865</b>	<b>1 125 632</b>
	Bienes no específicos, varios	33 296	683 405	716 701	359 865	1 076 566
	Servicios no específicos, varios	9 012	40 054	49 066		49 066
<b>TOTAL</b>		<b>2 940 769</b>	<b>9 748 016</b>	<b>12 688 785</b>	<b>751 469</b>	<b>13 440 254</b>

\* Incluye Consumo Turístico Emisivo (componente interno-Perú)  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 5. PERÚ: Cuentas de producción de las ramas de actividad turística y de las otras ramas de actividad, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Ramas de actividad turística														TOTAL Rama de actividad turística	Otras actividades no características		Producción total de productores nacionales (precios básicos)
		1. Hoteles y similares	2. Segundas viviendas en propiedad imputada (alquiler de viviendas)	3. Restaurantes y similares	4. Transporte de pasajeros por ferrocarril	5. Transporte de pasajeros por carretera	6. Transporte de pasajeros por vía acuática	7. Transporte de pasajeros por vía aérea	8. Servicios anexos al transporte de pasajeros	9. Alquiler de bienes equipos para transporte de pasajeros	11. Agencia de viajes y similares	12. Servicios culturales	13. Servicios recreativos y otros de entretenimiento	14. Servicios financieros y seguros	17. Producción de artesanía		Actividades conexas	Otras actividades no específicas	
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>1 767 574</b>	<b>264 224</b>	<b>2 718 833</b>	<b>72 436</b>	<b>1 928 036</b>	<b>42 124</b>	<b>1 581 950</b>	<b>142 872</b>	<b>39 473</b>	<b>694 031</b>	<b>411 375</b>	<b>922 585</b>	<b>55 493</b>	<b>542 449</b>	<b>11 183 455</b>	<b>1 013 643</b>	<b>0</b>	<b>12 197 098</b>
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>1 767 377</b>	<b>264 224</b>	<b>2 718 833</b>	<b>70 996</b>	<b>1 926 996</b>	<b>42 124</b>	<b>1 563 320</b>	<b>142 872</b>	<b>39 473</b>	<b>694 031</b>	<b>411 375</b>	<b>922 585</b>	<b>55 493</b>	<b>542 449</b>	<b>11 162 148</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11 162 148</b>
<b>1.0</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>1 714 698</b>	<b>264 224</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 978 922</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 978 922</b>
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	1 714 698														1 714 698	0	0	1 714 698
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	0	264 224													264 224	0	0	264 224
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>52 679</b>		<b>2 718 833</b>												<b>2 771 512</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2 771 512</b>
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>70 996</b>	<b>1 926 996</b>	<b>42 124</b>	<b>1 563 320</b>	<b>142 872</b>	<b>39 473</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 785 781</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 785 781</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril				70 996											70 996	0	0	70 996
3.2	Servicios de transporte por carretera					1 926 996										1 926 996	0	0	1 926 996
3.3	Servicios de transporte acuático						42 124									42 124	0	0	42 124
3.4	Servicios de transporte aéreo							1 563 320								1 563 320	0	0	1 563 320
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros								142 872							142 872	0	0	142 872
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros									39 473						39 473	0	0	39 473
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>694 031</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>694 031</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>694 031</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes										352 763					352 763	0	0	352 763
4.2	Servicios de tour operadores										256 771					256 771	0	0	256 771
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo										84 498					84 498	0	0	84 498
<b>6.0</b>	<b>Servicios culturales</b>											<b>411 375</b>	<b>0</b>			<b>411 375</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>411 375</b>
	Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento												913 776			913 776	0	0	913 776
<b>7.0</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>												<b>8 808</b>	<b>55 493</b>	<b>542 449</b>	<b>64 302</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>64 302</b>
<b>9.0</b>	<b>Productos de artesanía</b>															<b>542 449</b>	<b>1 013 643</b>	<b>0</b>	<b>542 449</b>
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	<b>197</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 440</b>	<b>1 040</b>	<b>0</b>	<b>18 630</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>21 307</b>	<b>260 575</b>	<b>0</b>	<b>1 034 950</b>
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	753 068	0	260 575
	Servicios conexos, varios	197	0	0	1 440	1 040	0	18 630	0	0	0	0	0	0	0	21 307	22	0	774 375
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>32 521</b>	<b>0</b>	<b>3 192</b>	<b>1 332</b>	<b>275</b>	<b>0</b>	<b>3 875</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>41 196</b>	<b>0</b>	<b>312 995</b>	<b>354 213</b>
	Bienes no específicos, varios	2 200	0	558	1 023	92	0	26	0	0	0	0	0	0	0	3 899	22	301 499	305 398
	Servicios no específicos, varios	30 322	0	2 634	309	183	0	3 849	0	0	0	0	0	0	0	37 297	0	11 496	48 814
	<b>Valor de los bienes producidos interiormente netos de márgenes de comercio</b>	<b>1 800 095</b>	<b>264 224</b>	<b>2 722 025</b>	<b>73 768</b>	<b>1 928 311</b>	<b>42 124</b>	<b>1 585 825</b>	<b>142 872</b>	<b>39 473</b>	<b>694 031</b>	<b>411 375</b>	<b>922 585</b>	<b>55 493</b>	<b>542 449</b>	<b>11 224 650</b>	<b>1 013 665</b>	<b>312 995</b>	<b>12 551 310</b>
	<b>TOTAL PRODUCCIÓN (a precios básicos)</b>	<b>1 800 095</b>	<b>264 224</b>	<b>2 722 025</b>	<b>73 768</b>	<b>1 928 311</b>	<b>42 124</b>	<b>1 585 825</b>	<b>142 872</b>	<b>39 473</b>	<b>694 031</b>	<b>411 375</b>	<b>922 585</b>	<b>55 493</b>	<b>542 449</b>	<b>11 224 650</b>	<b>1 013 665</b>	<b>312 995</b>	<b>12 551 310</b>
1																			
2	Agricultura, productos forestales y de pesca	13 674	0	170 442	0	0	0	0	0	0	0	491	10	1	422	185 041	636	95	185 771
3	Minería y acero	82	507	3	100	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1 725	2 418	14	148 261	150 693
4	Electricidad, agua y gas	54 646	0	13 777	726	3 564	237	2 292	1 300	424	3 176	15 597	105 851	383	5 473	207 446	6 044	1 273	214 763
5	Manufacturas	207 721	6 254	989 015	23 464	436 412	12 605	273 435	8 803	4 395	14 717	5 218	6 181	3 208	179 861	2 171 289	117 148	41 084	2 329 522
6	Trabajos de construcción	1 369	3 691	500	10	96	10	787	6 634	16	433	272	4	65	437	14 323	391	917	15 631
7	Servicios de comercio, restaurante y hotel	4 482	0	876	587	34 671	52	24 945	1 126	492	65 221	0	19 448	316	1 017	153 235	5 671	87	158 992
8	Servicios de transporte, almacenamiento y comunicación	101 465	1 930	29 853	3 928	113 184	10 120	445 423	4 989	2 626	136 737	9 143	38 912	1 446	18 214	917 971	85 371	15 628	1 018 970
9	Servicios	301 731	7 251	82 134	4 196	376 695	2 912	242 673	16 338	7 951	106 390	60 228	182 880	11 075	32 559	1 435 013	175 689	14 628	1 625 330
	Servicios a la comunidad, sociales y personales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8 210	793	0	9 002	0	1 278	10 280
<b>P.2 T</b>	<b>TOTAL CONSUMO INTERMEDIO (precios comprador)</b>	<b>685 170</b>	<b>19 633</b>	<b>1 286 601</b>	<b>33 011</b>	<b>964 622</b>	<b>25 936</b>	<b>989 555</b>	<b>39 190</b>	<b>15 904</b>	<b>326 674</b>	<b>90 950</b>	<b>361 495</b>	<b>17 287</b>	<b>239 710</b>	<b>5 095 738</b>	<b>390 963</b>	<b>223 252</b>	<b>5 709 953</b>
	<b>TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS ACTIVIDADES (precios básicos)</b>	<b>1 114 925</b>	<b>244 591</b>	<b>1 435 424</b>	<b>40 757</b>	<b>963 689</b>	<b>16 188</b>	<b>596 270</b>	<b>103 682</b>	<b>23 569</b>	<b>367 357</b>	<b>320 425</b>	<b>561 089</b>	<b>38 206</b>	<b>302 739</b>	<b>6 128 912</b>	<b>622 702</b>	<b>89 743</b>	<b>6 841 357</b>
<b>D.1 T</b>	<b>Remuneración de asalariados</b>	<b>144 940</b>	<b>0</b>	<b>218 184</b>	<b>7 463</b>	<b>220 656</b>	<b>9 862</b>	<b>172 224</b>	<b>23 553</b>	<b>3 128</b>	<b>80 316</b>	<b>93 284</b>	<b>85 392</b>	<b>10 667</b>	<b>22 375</b>	<b>1 092 044</b>	<b>119 679</b>	<b>14 060</b>	<b>1 225 783</b>
<b>D.2 T</b>	<b>Otros impuestos menos subvenciones a la producción</b>	<b>915</b>	<b>7 631</b>	<b>2 240</b>	<b>544</b>	<b>6 451</b>	<b>72</b>	<b>1 496</b>	<b>1 525</b>	<b>68</b>	<b>444</b>	<b>1 563</b>	<b>34 543</b>	<b>1 200</b>	<b>2 453</b>	<b>61 146</b>	<b>16 971</b>	<b>560</b>	<b>78 676</b>
<b>B.2</b>	<b>Ingreso mixto bruto</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>277 911</b>	<b>277 911</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>277 911</b>
	<b>Excedente bruto de explotación</b>	<b>969 070</b>	<b>236 960</b>	<b>1 215 000</b>	<b>32 750</b>	<b>736 582</b>	<b>6 254</b>	<b>422 550</b>	<b>78 604</b>	<b>20 373</b>	<b>286 597</b>	<b>225 577</b>	<b>441 154</b>	<b>26 340</b>	<b>0</b>	<b>4 697 812</b>	<b>486 052</b>	<b>75 123</b>	<b>5 258 987</b>

**Tabla 6. PERÚ: Oferta interior y consumo turístico interior por productos, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Ramras de actividad turística																									TOTAL Ramas de actividad turística	Otras actividades no características		Producción total de productores nacionales (precios básicos)	Importaciones	Impuestos menos subsidios a los productos de producción interior e importación	Márgenes de comercio	Oferta interior (precios de comprador)	Consumo turístico interior	Ratio del turismo sobre la oferta			
		1. Hoteles y similares		2. Segundas viviendas en propiedad imputada (alquiler de viviendas)		3. Restaurantes y similares		4. Transporte de pasajeros por ferrocarril		5. Transporte de pasajeros por carretera		6. Transporte de pasajeros por vía acuática		7. Transporte de pasajeros por vía aérea		8. Servicios anexos al transporte de pasajeros		9. Alquiler de bienes para transporte de pasajeros		11. Agencia de viajes y similares		12. Servicios culturales		13. Servicios recreativos y otros de entretenimiento		14. Servicios financieros y seguros		17. Producción de artesanía									Actividades conexas	Otras actividades no específicas	
		Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción		Proporción del turismo	Producción								Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo
		Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo	Producción		Proporción del turismo	Producción								Proporción del turismo	Producción	Proporción del turismo
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>1 767 574</b>		<b>264 224</b>		<b>2 718 833</b>		<b>72 436</b>		<b>1 928 036</b>		<b>42 124</b>		<b>1 581 950</b>		<b>142 872</b>		<b>39 473</b>		<b>694 031</b>		<b>411 375</b>		<b>922 585</b>		<b>55 493</b>		<b>542 449</b>		<b>11 183 455</b>	<b>1 013 643</b>	<b>0</b>	<b>12 197 098</b>	<b>0</b>	<b>216 273</b>	<b>98 750</b>	<b>12 314 621</b>	<b>12 314 621</b>	<b>1,0</b>
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>1 767 377</b>		<b>264 224</b>		<b>2 718 833</b>		<b>70 996</b>		<b>1 926 996</b>		<b>42 124</b>		<b>1 563 320</b>		<b>142 872</b>		<b>39 473</b>		<b>694 031</b>		<b>411 375</b>		<b>922 585</b>		<b>55 493</b>		<b>542 449</b>		<b>11 162 148</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11 162 148</b>	<b>0</b>	<b>199 009</b>	<b>161 825</b>	<b>11 522 981</b>	<b>11 522 981</b>	<b>1,0</b>
<b>1.0</b>	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>1 714 698</b>		<b>264 224</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 978 922</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 978 922</b>	<b>0</b>	<b>23 259</b>	<b>0</b>	<b>2 002 182</b>	<b>2 002 182</b>	<b>1,0</b>	
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	1 714 698		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 714 698	0	0	1 714 698	23 259	1 737 957	1 737 957	1,0			
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	0		264 224	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	264 224	0	0	264 224	0	264 224	264 224	1,0			
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>52 679</b>		<b>0</b>		<b>2 718 833</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>2 771 512</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2 771 512</b>	<b>52 852</b>	<b>2 824 365</b>	<b>2 824 365</b>	<b>1,0</b>		
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>70 996</b>		<b>1 926 996</b>		<b>42 124</b>		<b>1 563 320</b>		<b>142 872</b>		<b>39 473</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>3 785 781</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 785 781</b>	<b>0</b>	<b>71 714</b>	<b>0</b>	<b>3 857 495</b>	<b>3 857 495</b>	<b>1,0</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	0		0	0	0	70 996	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	70 996	0	0	70 996	0	70 996	70 996	1,0			
3.2	Servicios de transporte por carretera	0		0	0	0	0	0	1 926 996	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 926 996	0	0	1 926 996	0	1 926 996	1 926 996	1,0			
3.3	Servicios de transporte acuático	0		0	0	0	0	0	0	0	42 124	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42 124	0	0	42 124	0	42 124	42 124	1,0			
3.4	Servicios de transporte aéreo	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 563 320	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 563 320	0	0	1 563 320	0	1 635 034	1 635 034	1,0			
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	142 872	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	142 872	0	0	142 872	0	142 872	142 872	1,0			
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	39 473	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	39 473	0	0	39 473	0	39 473	39 473	1,0			
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>694 031</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>694 031</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>694 031</b>	<b>0</b>	<b>18 468</b>	<b>0</b>	<b>712 499</b>	<b>712 499</b>	<b>1,0</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	352 763	0	0	0	0	0	0	0	0	352 763	0	0	352 763	0	18 468	371 231	371 231	1,0		
4.2	Servicios de tour operadores	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	256 771	0	0	0	0	0	0	0	256 771	0	0	256 771	0	256 771	256 771	1,0				
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	84 498	0	0	0	0	0	0	0	84 498	0	0	84 498	0	84 498	84 498	1,0				
<b>5.0</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>411 375</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>411 375</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>411 375</b>	<b>3 195</b>	<b>414 570</b>	<b>414 570</b>	<b>1,0</b>		
<b>6.0</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>913 776</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>913 776</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>913 776</b>	<b>6 631</b>	<b>920 407</b>	<b>920 407</b>	<b>1,0</b>		
<b>7.0</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>8 808</b>		<b>55 493</b>		<b>64 302</b>	<b>0</b>	<b>22 889</b>	<b>161 825</b>	<b>64 302</b>	<b>64 302</b>	<b>1,0</b>			
<b>9.0</b>	<b>Productos de artesanía</b>	<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>542 449</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>542 449</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>727 162</b>	<b>727 162</b>	<b>1,0</b>			
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	<b>197</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>1 440</b>		<b>1 040</b>		<b>0</b>		<b>18 630</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>21 307</b>	<b>1 013 643</b>	<b>0</b>	<b>1 034 950</b>	<b>0</b>	<b>17 264</b>	<b>-260 575</b>	<b>791 640</b>	<b>791 640</b>	<b>1,0</b>
11.0	Márgenes de comercio	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	260 575	0	260 575	-260 575	0	0	0	0	1,0	
	Servicios conexos, varios	197		0	0	0	1 440	1 040	0	0	0	18 630	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	774 375	753 068	0	774 375	17 264	791 640	791 640	1,0			
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>32 521</b>		<b>0</b>		<b>3 192</b>		<b>1 332</b>		<b>275</b>		<b>0</b>		<b>3 875</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>41 196</b>	<b>22</b>	<b>312 995</b>	<b>354 213</b>	<b>182 302</b>	<b>130 502</b>	<b>98 750</b>	<b>765 767</b>	<b>1 125 632</b>	<b>1,5</b>
	Bienes no específicos, varios	2 200		0	558	1 023	92	0	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 899	0	301 499	305 398	182 302	130 251	98 750	716 701	1 076 566	1,5	
	Servicios no específicos, varios	30 322		0	2 634	309	183	0	3 849	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	37 297	22	11 496	48 814	251	49 066	49 066	1,0			
	<b>Valor de los bienes producidos interiormente netos de márgenes de comercio</b>	<b>1 800 095</b>		<b>264 224</b>		<b>2 722 025</b>		<b>73 768</b>		<b>1 928 311</b>		<b>42 124</b>		<b>1 585 825</b>		<b>142 872</b>		<b>39 473</b>		<b>694 031</b>		<b>411 375</b>		<b>922 585</b>		<b>55 493</b>		<b>542 449</b>		<b>11 224 650</b>	<b>1 013 665</b>	<b>312 995</b>	<b>12 551 310</b>	<b>182 302</b>	<b>346 776</b>	<b>0</b>	<b>13 080 388</b>	<b>13 440 254</b>	<b>1,0</b>
	<b>Valor de los bienes importados interiormente netos de márgenes de comercio</b>																																						
	<b>TOTAL PRODUCCIÓN (a precios básicos)</b>	<b>1 800 095</b>	<b>87,8</b>	<b>264 224</b>	<b>3,9</b>	<b>2 722 025</b>	<b>20,5</b>	<b>73 768</b>	<b>34,4</b>	<b>1 928 311</b>	<b>20,7</b>	<b>42 124</b>	<b>51,7</b>	<b>1 585 825</b>	<b>89,8</b>	<b>142 872</b>	<b>14,2</b>	<b>39 473</b>	<b>172,7</b>	<b>694 031</b>	<b>100,0</b>	<b>411 375</b>	<b>31,6</b>	<b>922 585</b>	<b>36,4</b>	<b>55 493</b>	<b>0,8</b>	<b>542 449</b>	<b>3,9</b>	<b>11 224 650</b>	<b>1 013 665</b>	<b>3,2</b>	<b>312 995</b>	<b>2,5</b>	<b>12 551 310</b>				
1	Agricultura, productos forestales y de pesca	13 674		0		170 442		0		0		0																											

**Tabla 7. PERÚ: Empleo por ramas de la actividad turística, 2002**

Código CST	Ramas de actividad turística	Número de establecimientos	Número de puestos de trabajo	Categoría laboral				Número de personas empleadas		
				Asalariados		Otros (no asalariados)		Hombres	Mujeres	Total
				Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres			
<b>A.</b>	<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>		55 568	142 952	145 637	288 589				
A1.	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS									
1	Hoteles y similares	49 270	8 312	127 054	138 621	265 675				
	Segundas viviendas en propiedad-imputada			23 487	4 245	27 733				
2	(Alquiler de viviendas)			0	0	0				
3	Restaurantes y similares	26 352	507	34 096	88 259	122 355				
4	Transportes de pasajeros			32 491	192	32 683				
	Transporte de pasajeros por ferrocarril	3		327	0	327				
5	Transporte de pasajeros por carretera	426		25 053	0	25 053				
6	Transporte de pasajeros por vía acuática	24		962	192	1 154				
7	Transporte de pasajeros por vía aérea	35		5 189	0	5 189				
8	Servicios anexos al transporte de pasajeros	2		698	0	698				
9	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	17		262	0	262				
11	Agencias de viaje y similares	1 359		4 268	2 840	7 108				
12	Servicios culturales	1 440		6 914	1 727	8 640				
13	Servicios recreativos y otros de entretenimiento	1 760		19 696	15 422	35 118				
14	Servicios financieros y de seguros	1 428		439	0	439				
17	Producción de artesanía	8 112		5 663	25 936	31 599				
A.2	ACTIVIDADES CONEXAS	6 298		15 898	7 016	22 913				
<b>B.</b>	<b>ACTIVIDADES NO ESPECÍFICAS</b>	555		770	1 070	1 840				
	<b>TOTAL</b>	56 123		143 722	146 707	290 428				

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 9. PERÚ: Consumo colectivo turístico por funciones y niveles de las administraciones públicas, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Servicios colectivos no de mercado turísticos	Nivel nacional	Nivel regional	Nivel local	TOTAL
Promoción turística	53 674			53 674
Coordinación y planificación general relativa a los asuntos del turismo				0
Elaboración de las estadísticas y de información básica del turismo				0
Administración de las oficinas de información				0
Control y regulación de los establecimientos en contacto con los visitantes				0
Control específico de los visitantes que proceden del exterior				0
Servicios de protección civil relativa a la protección de los visitantes				0
Otros servicios	15 756			15 756
<b>TOTAL</b>	<b>69 430</b>			<b>69 430</b>

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 10. PERÚ: indicadores no monetarios, 2002**

a. Número de llegadas y pernoctaciones por tipos de turismo y categorías de visitantes

	Turismo receptivo			Turismo interno			Turismo emisor		
	Excursionistas	Turistas	Vistantes	Excursionistas	Turistas	Vistantes	Excursionistas	Turistas	Vistantes
Número de llegadas	240 446	1 063 606	1 304 052	45 634 486	22 668 013	68 302 499	141 106	1 269 624	1 410 730
Número de pernoctaciones		- 15 954 088	15 954 088		- 156 409 290	156 409 290		- 17 101 835	17 101 835

b. Turismo receptor: número de llegadas y de pernoctaciones por modos de transporte

	Número de llegadas	Número de pernoctaciones
<b>1. Vía aérea</b>	<b>649 741</b>	<b>7 138 043</b>
1.1 Vuelos regulares	642 347	7 056 813
1.2 Vuelos no regulares	7 394	81 230
1.3 Otros servicios	0	0
<b>2. Marítimo</b>	<b>6 880</b>	<b>16 560</b>
2.1 Líneas de pasajeros y ferrys	0	0
2.2 Cruceros	4 079	8 158
2.3 Otros	2 801	8 402
<b>3. Terrestre</b>	<b>406 985</b>	<b>1 627 940</b>
3.1 Ferrocarril	0	0
3.2 Autobuses, autocares y otros de servicio público por carretera	406 985	1 627 940
3.3 Vehículos privados	0	0
3.4 Vehículos de alquiler	0	0
3.5 Otros medios de transporte por carretera	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1 063 606</b>	<b>8 782 543</b>

### c. Número de establecimientos y capacidad por formas de alojamiento

	Alojamientos turísticos colectivos		Alojamientos turísticos privados	
	Hoteles y similares	Otros	Segundas viviendas	Otros
Número de establecimientos	8 312		0	
Capacidad (N° de habitaciones)	125 014		0	
Capacidad (N° de camas)	217 837		0	
Grado de ocupación % (habitaciones)	24,4		0	
Grado de ocupación % (por camas)	21,7		0	

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 11. PERÚ: Cuenta producción de las ramas de actividad turística, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Código Act. CST	Ramas de actividad turística	Valor bruto de producción	Consumo intermedio	Valor agregado bruto
<b>A.</b>	<b>ACTIVIDADES ESPECÍFICAS</b>	<b>12 238 315</b>	<b>5 486 701</b>	<b>6 751 614</b>
<b>A.1</b>	<b>ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS</b>	<b>11 224 650</b>	<b>5 095 738</b>	<b>6 128 912</b>
1	Hoteles y similares	1 800 095	685 170	1 114 925
2	Segundas viviendas en propiedad-imputada (Alquiler de viviendas)	264 224	19 633	244 591
3	Restaurantes y similares	2 722 025	1 286 601	1 435 424
	Transporte de pasajeros	3 812 373	2 068 218	1 744 155
4	Transporte de pasajeros por ferrocarril	73 768	3 011	40 757
5	Transporte de pasajeros por carretera	1 928 311	964 622	963 689
6	Transporte de pasajeros por vía acuática	42 124	25 936	16 188
7	Transporte de pasajeros por vía aérea	1 585 825	989 555	596 270
8	Servicios anexos al transporte de pasajeros	142 872	39 190	103 682
9	Alquiler de equipo para el transporte de pasajeros	39 473	15 904	23 569
10	Agencias de viajes y similares	694 031	326 674	367 357
11	Servicios culturales	411 375	90 950	320 425
12	Servicios recreativos y otros de entretenimiento	922 585	361 495	561 089
14	Servicios financieros y de seguros	55 493	17 287	38 206
17	Producción de artesanía	542 449	239 710	302 739
<b>A.2</b>	<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>	<b>1 013 665</b>	<b>390 963</b>	<b>622 702</b>
<b>B.</b>	<b>ACTIVIDADES NO ESPECÍFICAS</b>	<b>312 995</b>	<b>223 252</b>	<b>89 743</b>
<b>TOTAL</b>		<b>12 551 310</b>	<b>5 709 953</b>	<b>6 841 357</b>

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 12. PERÚ: Balance de oferta y utilización de los productos turísticos, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Oferta de productos turísticos						Demanda final turística						Demanda de productos proporcionados por hogares	TOTAL demanda de productos turísticos	
		Prod. a precios básicos	Importación	Derechos de importación	Márgenes comerciales	Impuestos a los productos	Total oferta a precios de comprador	Consumo turismo interno	Consumo turismo emisivo (comp. interno-Perú)	Consumo turismo emisivo (comp. externo)	Otros componentes del consumo del visitante (operac.no mentarias)	Formación del capital	Consumo turismo receptivo			Total demanda final turística
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>12 197 098</b>	<b>2 257 121</b>	<b>0</b>	<b>-98 750</b>	<b>216 273</b>	<b>14 571 741</b>	<b>8 787 840</b>	<b>236 717</b>	<b>2 257 121</b>	<b>391 604</b>	<b>0</b>	<b>2 898 461</b>	<b>14 571 742</b>	<b>0</b>	<b>14 571 742</b>
A.1	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>11 162 148</b>	<b>2 198 068</b>	<b>0</b>	<b>161 825</b>	<b>199 009</b>	<b>13 721 049</b>	<b>8 128 998</b>	<b>210 033</b>	<b>2 198 068</b>	<b>297 633</b>	<b>0</b>	<b>2 886 317</b>	<b>13 721 049</b>	<b>0</b>	<b>13 721 049</b>
1.0	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>1 978 922</b>	<b>635 123</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23 259</b>	<b>2 637 305</b>	<b>957 015</b>	<b>29 583</b>	<b>635 123</b>	<b>264 224</b>	<b>0</b>	<b>751 359</b>	<b>2 637 305</b>	<b>0</b>	<b>2 637 305</b>
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	1 714 698	635 123	0	0	23 259	2 373 080	957 015	29 583	635 123	0	0	751 359	2 373 080	0	2 373 080
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	264 224	0	0	0	0	264 224	0	0	0	264 224	0	0	264 224	0	264 224
2.0	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>2 771 512</b>	<b>321 407</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>52 852</b>	<b>3 145 772</b>	<b>2 263 973</b>	<b>5 419</b>	<b>321 407</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>554 973</b>	<b>3 145 772</b>	<b>0</b>	<b>3 145 772</b>
3.0	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>3 785 781</b>	<b>863 748</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>71 714</b>	<b>4 721 243</b>	<b>2 797 764</b>	<b>130 406</b>	<b>863 748</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>929 325</b>	<b>4 721 243</b>	<b>0</b>	<b>4 721 243</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	70 996	62	0	0	0	71 058	62 970	14	62	0	0	8 012	71 058	0	71 058
3.2	Servicios de transporte por carretera	1 926 996	75 320	0	0	0	2 002 316	1 713 511	1 650	75 320	0	0	211 835	2 002 316	0	2 002 316
3.3	Servicios de transporte acuático	42 124	2 413	0	0	0	44 537	36 950	553	2 413	0	0	4 621	44 537	0	44 537
3.4	Servicios de transporte aéreo	1 563 320	751 796	0	0	71 714	2 386 830	954 649	84 596	751 796	0	0	595 789	2 386 830	0	2 386 830
3.5	Servicios conexos al transporte de pasajeros	142 872	0	0	0	0	142 872	5 451	43 329	0	0	0	94 092	142 872	0	142 872
3.6	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	39 473	34 157	0	0	0	73 630	24 233	263	34 157	0	0	14 977	73 631	0	73 631
4.0	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>694 031</b>	<b>170 856</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18 468</b>	<b>883 355</b>	<b>552 034</b>	<b>30 769</b>	<b>170 856</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>129 696</b>	<b>883 355</b>	<b>0</b>	<b>883 355</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes	352 763	58 232	0	0	18 468	429 463	291 087	17 875	58 232	0	0	62 269	429 463	0	429 463
4.2	Servicios de tour operadores	256 771	98 296	0	0	0	355 067	204 693	12 894	98 296	0	0	39 183	355 067	0	355 067
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	84 498	14 328	0	0	0	98 825	56 254	0	14 328	0	0	28 243	98 825	0	98 825
5.0	<b>Servicios culturales</b>	<b>411 375</b>	<b>120 774</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3 195</b>	<b>535 344</b>	<b>177 094</b>	<b>3 385</b>	<b>120 774</b>	<b>33 409</b>	<b>0</b>	<b>200 682</b>	<b>535 344</b>	<b>0</b>	<b>535 344</b>
6.0	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>913 776</b>	<b>5 141</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6 631</b>	<b>925 548</b>	<b>822 515</b>	<b>0</b>	<b>5 141</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>97 892</b>	<b>925 548</b>	<b>0</b>	<b>925 548</b>
7.0	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>64 302</b>	<b>14 624</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78 926</b>	<b>36 851</b>	<b>10 471</b>	<b>14 624</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16 981</b>	<b>78 926</b>	<b>0</b>	<b>78 926</b>
9.0	<b>Productos de artesanía</b>	<b>542 449</b>	<b>66 394</b>	<b>0</b>	<b>161 825</b>	<b>22 889</b>	<b>793 556</b>	<b>521 751</b>	<b>0</b>	<b>66 394</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>205 411</b>	<b>793 556</b>	<b>0</b>	<b>793 556</b>
A.2	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>	<b>1 034 950</b>	<b>59 053</b>	<b>0</b>	<b>-260 575</b>	<b>17 264</b>	<b>850 693</b>	<b>658 842</b>	<b>26 684</b>	<b>59 053</b>	<b>93 970</b>	<b>0</b>	<b>12 144</b>	<b>850 693</b>	<b>0</b>	<b>850 693</b>
11.0	Márgenes de comercio	260 575	0	0	-260 575	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Servicios conexos, varios	774 375	59 053	0	0	17 264	850 693	658 842	26 684	59 053	93 970	0	12 144	850 693	0	850 693
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>	<b>354 213</b>	<b>664 801</b>	<b>17 368</b>	<b>98 750</b>	<b>113 134</b>	<b>1 248 266</b>	<b>723 205</b>	<b>254</b>	<b>482 499</b>	<b>359 865</b>	<b>0</b>	<b>42 308</b>	<b>1 608 131</b>	<b>-359 865</b>	<b>1 248 266</b>
	Bienes no específicos, varios	305 398	655 980	17 368	98 750	112 883	1 190 380	683 405	0	473 679	359 865	0	33 296	1 550 245	-359 865	1 190 380
	Servicios no específicos, varios	48 814	8 821	0	0	251	57 886	39 800	254	8 821	0	0	9 012	57 886	0	57 886
<b>TOTAL</b>		<b>12 551 310</b>	<b>2 921 922</b>	<b>17 368</b>	<b>0</b>	<b>329 408</b>	<b>15 820 008</b>	<b>9 511 045</b>	<b>236 971</b>	<b>2 739 620</b>	<b>751 469</b>	<b>0</b>	<b>2 940 769</b>	<b>16 179 873</b>	<b>-359 865</b>	<b>15 820 008</b>

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

**Tabla 13. PERÚ: Consumo de bienes y servicios turísticos, 2002**  
(Miles de Nuevos Soles)

Código CST	Productos	Productos característicos	Productos conexos	Productos no específicos	TOTAL
<b>A.</b>	<b>PRODUCTOS ESPECÍFICOS</b>	<b>13 721 049</b>			<b>14 571 742</b>
<b>A.1</b>	<b>PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS</b>	<b>13 721 049</b>			<b>13 721 049</b>
1.0	<b>Servicios de alojamiento</b>	<b>2 637 305</b>			<b>2 637 305</b>
1.1	Hoteles y otros servicios de alojamiento	2 373 080			2 373 080
1.2	Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos	264 224			264 224
<b>2.0</b>	<b>Servicios de provisión de alimentación y bebidas</b>	<b>3 145 772</b>			<b>3 145 772</b>
<b>3.0</b>	<b>Servicios de transporte de pasajeros</b>	<b>4 721 243</b>			<b>4 721 243</b>
3.1	Servicios de transporte interurbano por ferrocarril	71 058			71 058
3.2	Servicios de transporte por carretera	2 002 316			2 002 316
	Servicios de transporte acuático	44 537			44 537
3.3	Servicios de transporte aéreo	2 386 830			2 386 830
3.4	Servicios conexos al transporte de pasajeros	142 872			142 872
3.5	Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros	73 631			73 631
3.6	transporte de pasajeros				
<b>4.0</b>	<b>Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo</b>	<b>883 355</b>			<b>883 355</b>
4.1	Servicios de agencia de viajes	429 463			429 463
4.2	Servicios de tour operadores	355 067			355 067
4.3	Servicios de información turística y de los guías de turismo	98 825			98 825
<b>5.0</b>	<b>Servicios culturales</b>	<b>535 344</b>			<b>535 344</b>
<b>6.0</b>	<b>Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento</b>	<b>925 548</b>			<b>925 548</b>
<b>7.0</b>	<b>Servicios turísticos diversos</b>	<b>78 926</b>			<b>78 926</b>
<b>9.0</b>	<b>Productos de artesanía</b>	<b>793 556</b>			<b>793 556</b>
<b>A.2</b>	<b>PRODUCTOS CONEXOS</b>		<b>850 693</b>		<b>850 693</b>
11.0	Márgenes de comercio		0		0
	Servicios conexos, varios		850 693		850 693
<b>B.</b>	<b>PRODUCTOS NO ESPECÍFICOS</b>			<b>1 608 132</b>	<b>1 608 132</b>
	Bienes no específicos, varios			1 550 245	1 550 245
	Servicios no específicos, varios			57 887	57 887
	<b>TOTAL</b>	<b>13 721 049</b>	<b>850 693</b>	<b>1 608 132</b>	<b>16 179 874</b>

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE- Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.



Av. Aramburú cuadra 4 s/n, esq. con Paseo de la República, San Isidro - Perú  
 Telf.: (511) 710 6400 Fax: (511) 221 3329

<http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/>