

# EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL PERÚ 1990 - 2012

## THE ECONOMIC IMPACT OF TOURISM IN PERU 1990 - 2012

José Marsano Delgado  
Observatorio Turístico del Perú  
Universidad de San Martín de Porres, Perú

Recibido: 28 de agosto de 2013

Aceptado: 24 de julio de 2014

---

### RESUMEN

El artículo analiza y evalúa el comportamiento macroeconómico del sector turismo en el Perú entre los años 1990 y 2012, con especial atención en su creciente importancia económica dentro del sector servicios y en sus posibilidades de desarrollo para el período 2013-2016. El análisis y evaluación están basados en la información cuantitativa del Banco de Datos Turísticos del Perú (BADATUR Perú) del Observatorio Turístico del Perú (OTP).

**Palabras clave:** Demanda, gasto, oferta, tasa de crecimiento, turismo interno, turismo receptor.

### ABSTRACT

The article analyzes and evaluates the macroeconomic performance of the tourism sector in Peru between the years 1990-2012, with special attention placed in the growing economic importance of its service sector, and its development prospects for the period 2013-2016. The analysis and evaluation are based on quantitative information from the Tourist Data Bank of Peru (BADATUR Peru), Tourism Observatory of Peru.

**Key words:** Demand, spending, supply, growth rate, domestic tourism, inbound tourism

## Introducción

Durante los primeros años de la década de los noventa el desarrollo del turismo mostró indicadores negativos. En efecto, entre 1988 y 1992, el número de turistas extranjeros se redujo de 359.000 a 216.534 visitantes, lo cual representó una tasa media anual de contracción en el turismo receptor de -11,87%, debido principalmente al clima de violencia terrorista que condujo al país a un estado de inestabilidad económica y social.

El impacto fue muy severo en los ingresos por concepto de divisas, tanto en el ámbito de las cuentas nacionales como en el sector turismo. En el período 1988-1992 estos ingresos mostraron una tasa anual de crecimiento negativo del orden del -11,30%. Fue en dichos años cuando se aplicó en el país un conjunto de medidas orientadas a pacificarlo y a estabilizarlo económicamente, lo que mejoró de manera sustancial su imagen turística en el exterior. Ello se evidenció en los ingresos por divisas del sector, los que crecieron en el período 1993-2012 a una tasa media anual del 15,34%. Mientras que en el período 1990-2012 la tasa de crecimiento media anual había sido del 13,08% (Tabla 1).

**Tabla 1**  
Perú: ingresos monetarios del turismo receptor

Año	Ingresos en dólares
1990	217,000,000
1991	225,000,000
1992	156,000,000
1993	215,000,000
1994	331,000,000
1995	428,000,000
1996	670,000,000
1997	816,000,000
1998	845,000,000
1999	890,000,000
2000	911,000,000
2001	788,000,000
2002	801,000,000
2003	923,000,000
2004	1,142,000,000
2005	1,308,000,000
2006	1,383,000,000
2007	1,854,000,000
2008	2,380,000,000
2009	2,015,000,000
2010	2,242,472,508
2011	2,695,000,000
2012	3,240,000,000

Tasa de crecimiento anual: 13,08% Fuente: B.C.R.P y BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

Para el período 2013-2016 se ha estimado una tasa media de crecimiento del 3,69% en los ingresos del turismo receptor peruano, teniendo en consideración las secuelas de la crisis económica mundial. Hemos partido de la premisa de que el gasto per cápita se mantendrá en un monto no mayor a US\$ 1.281 (Tabla 2).

**Tabla 2**

Perú: Ingresos monetarios proyectados del turismo receptor

<b>Año</b>	<b>Ingresos en dólares</b>
2013	3,358,232,000
2014	3,482,851,738
2015	3,611,020,628
2016	3,743,906,243

Tasa de crecimiento anual: 3,69%. Fuente BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

El desenvolvimiento del turismo receptor, pese a los atentados terroristas del 11 de septiembre del año 2001 en Estados Unidos, mostró en el período 1993-2012 un flujo de arribos de visitantes con una tasa promedio de crecimiento anual del 12,45%, mientras que en el período 1998-2012 fue del 8,47%. Por su parte, las estimaciones para el período 2013-2016 del OTP esperan una tasa anual de crecimiento del 3%. Consideramos que no debe perderse de vista la crisis económica mundial, conforme lo señalamos en el párrafo anterior (ver Tablas 3 y 4).

**Tabla 3**

Perú: Turismo receptor histórico

<b>Año</b>	<b>Turismo receptor cantidad de personas</b>
1988	359,000
1989	334,000
1990	316,871
1991	232,012
1992	216,534
1993	271,901
1994	386,120
1995	479,231
1996	662,736
1997	746,599
1998	819,530
1999	944,000
2000	793,183
2001	792,466
2002	859,379
2003	881,010
2004	1,244,608

<b>Año</b>	<b>Turismo receptor cantidad de personas</b>
2005	1,296,010
2006	1,347,850
2007	1,540,107
2008	1,822,358
2009	1,754,528
2010	1,949,976
2011	2,242,472
2012	2,528,373

Tasa de Crecimiento: 8,47%. Fuente: BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

**Tabla 4**  
Perú: Turismo receptor proyectado

<b>Año</b>	<b>Turismo receptor proyectado</b>
2013	2,604,224
2014	2,682,351
2015	2,762,821
2016	2,845,706

Tasa de crecimiento anual: 3,00%. Fuente: BADATUR Perú.  
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

## Evaluación del turismo en el Perú 1990-2012

### *El turismo receptivo peruano*

El BADATUR Perú del Observatorio Turístico del Perú ha estimado en 2.528.373 los visitantes extranjeros no residentes arribados al país en el año 2012, siendo el porcentaje de procedencia por continentes el siguiente (Tabla 5):

1. América : 76,79%
2. Europa : 17,44%
3. Asia : 4,13%
4. Oceanía : 1,44%
5. África : 0,20%

**Tabla 5**  
Turismo receptor peruano por continentes (2012)

<b>Continente</b>	<b>Arribos</b>
América	1,941,538
África	5,057
Asia	104,422
Europa	440,948
Oceanía	36,408
<b>Total Arribos</b>	<b>2,528,373</b>

Fuente: BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

A nivel de países emisores, los más importantes durante el 2012 por la cantidad de personas que arribaron al Perú fueron: Chile, con una participación del 31,80% del total de visitas; Estados Unidos con el 17,67%; Ecuador, con el 6,89%; y Argentina con el 6,52%. Lo que permite inferir que estos cuatro países representan el 62,88% del turismo receptor peruano y de ellos dos son fronterizos y tres sudamericanos.

En este sentido existe un campo muy amplio para la diversificación del turismo receptor. Los países europeos y casi todos los asiáticos aún no se encuentran entre los principales países emisores y constituyen por lo tanto regiones de interés para el ámbito turístico, tanto por el elevado nivel cultural de su población como por su alto poder adquisitivo (Tabla 6).

**Tabla 6**  
Los quince primeros países generadores de visitas hacia el Perú

<b>País</b>	<b>Cantidad de visitantes (2012)</b>
Chile	803,945
Estados Unidos	446,652
Ecuador	174,251
Argentina	164,888
Colombia	128,016
Brasil	125,961
España	109,960
Bolivia	99,644
Francia	84,233
Alemania	62,383
Canadá	60,912
Reino Unido	59,807
Venezuela	57,925
México	47,856
Italia	45,456

Fuente: BADATUR Perú y DIGEMIN. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

De los turistas que vienen al Perú, 56% se encuentran en un rango de edad que fluctúa entre los 25 y 44 años, con una mayor proporción del sexo masculino (61%) y el 89% del total tiene educación superior universitaria o estudios de posgrado. Asimismo, el 65% trabaja a tiempo completo en su país de origen y para un 77% sus ingresos anuales fluctúan entre los 15 mil y 200 mil dólares. Esto indica que su capacidad de gasto es elevada, lo cual permite aseverar que los ingresos no son una restricción en su decisión de viajar.

El arribo de turistas al Perú se realiza durante todo el año, pero en forma significativa en dos estaciones en particular. La primera de ellas ocurre en los meses de julio y agosto, período que coincide con la época de verano y la temporada de vacaciones en el Hemisferio Norte, principalmente en los Estados Unidos de Norteamérica, y es precisamente el período de mayor salida de nacionales de dicho país al exterior. La segunda estación importante es a fines de año (entre diciembre y enero), influenciada principalmente por la estación de verano y temporada de vacaciones en países vecinos como Chile y Ecuador. Desde 1994, cuando empezó el crecimiento sostenido del turismo receptor, la estacionalidad se ha mantenido, aunque no en forma muy significativa. Es posible que las campañas de publicidad se hayan concentrado en promocionar destinos específicos en los períodos antes señalados, lo cual es quizás importante en el corto plazo, pero en el mediano plazo puede generar concentración y saturación de la demanda.

En ese sentido, considerando nuestras condiciones climáticas y variada oferta turística, el reto para el mediano y largo plazo debería ser promover el turismo receptor a nivel de distintos nichos de mercado, como el ecoturismo, el turismo de aventura y otros sumamente refinados como el de la observación de la fauna y flora, en donde contamos con ventajas comparativas. Un ejemplo de lo antes expuesto lo podemos observar en Machu Picchu, donde la tasa anual de visitantes a la ciudadela mostró un crecimiento medio del 12,08% en el período 1993-2012, habiendo recibido en el año 2012 la cantidad de 1.114.434 visitantes; es decir, un promedio diario de 3.053 personas, considerando los 365 días del año (Tabla 7).

Estudios realizados en el país coinciden en señalar que el Perú es visto por los extranjeros como un destino turístico histórico-cultural; sin embargo, ofrece posibilidades de desarrollo para diversos tipos de turismo como el de aventura o el ecoturismo, opciones que a nivel mundial también son muy apreciadas.

Aunque sería útil conocer con precisión las preferencias de los turistas extranjeros, la información disponible permite clasificarlos entre aquellos que visitan el país por motivos de recreo y aquellos que vienen por negocios. Esta distinción es muy importante dado que los viajes de recreo se pueden considerar como una demanda final; es decir, se emprenden por sí mismos. En cambio los viajes de negocios son una demanda derivada, un insumo necesario para que se produzcan otros servicios. Quienes viajan por motivos de recreo suelen gastar menos que los que lo hacen por negocios. De otro lado, el número de turistas que visita el país por esta última causa se ha incrementado de manera considerable en los últimos años, probablemente debido a las mayores inversiones que vienen realizando las empresas extranjeras en el país.

**Tabla 7**

Llegada de visitantes al Santuario Histórico de Machu Picchu (Ciudad Inka de Machu Picchu, Camino Inka Piscacucho Km. 82, Camino Inka Qorywayrachina Km. 88, Camino Inka Chachabamba Km.104)

<b>Año</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Total</b>
1980	100,534	45,032	145,566
1981	96,060	37,214	133,274
1982	77,234	46,548	123,782
1983	65,570	54,552	120,122
1984	72,069	51,450	123,519
1985	67,545	59,169	126,714
1986	77,966	63,686	141,652
1987	89,726	101,162	190,888
1988	116,911	70,431	187,342
1989	97,594	51,842	149,436
1990	72,867	47,682	120,549
1991	41,112	36,183	77,295
1992	39,724	54,851	94,575
1993	58,090	69,525	127,615
1994	111,083	96,539	207,622
1995	159,590	88,951	248,541
1996	198,664	98,334	296,998
1997	189,030	105,002	294,032
1998	227,709	106,854	334,563
1999	286,600	95,591	382,191
2000	352,294	68,096	420,390
2001	294,437	126,433	420,870
2002	308,814	148,284	457,098
2003	333,805	190,003	523,808
2004	338,402	218,477	556,879
2005	475,315	204,636	679,951
2006	480,741	210,884	691,625
2007	548,168	251,900	800,068
2008	616,111	242,100	858,211
2009	581,880	233,388	815,268
2010	472,742	227,089	699,831
2011	670,959	300,683	971,642
2012	762,469	351,965	1,114,434

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Cuzco. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Según información del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), así como de las estimaciones del OTM, a través de BADATUR, los turistas extranjeros en el Perú realizan gastos mayores a quienes visitan otros países de Latinoamérica. El gasto per cápita de los turistas en el país experimentó entre 1990 y 2012 una tasa media de crecimiento anual del 2,76%. En el año 2012 el gasto per cápita fue de US\$ 1.281. Según las pautas dictadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), los gastos de transporte no incluyen el pasaje internacional y solo corresponden al traslado hacia los lugares turísticos y la movilidad local. Entendemos que el incremento en el gasto promedio per cápita obedeció básicamente a tres factores:

1. Las empresas prestadoras de servicios cuyas tarifas se cobran en dólares se vieron afectadas por la apreciación del nuevo sol durante el año 2012. Debe considerarse en este caso que gran parte de sus costos operativos se cancela en moneda nacional.
2. En virtud a las negociaciones y posterior aprobación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica y otros tratados comerciales celebrados con importantes economías mundiales, el país recibió muchos visitantes (hombres de negocios), quienes según la OMT deben considerarse como turistas. El gasto medio de este tipo de visitantes es superior al del turista convencional que visita el Perú.
3. Otro factor que no se debe de pasar por alto es el del efecto demostración: la postulación y posterior elección de Machu Picchu entre las nuevas siete maravillas del mundo provocaron en el mercado turístico mundial un incremento superior a la tendencia de su flujo turístico, factor que incidió también en el aumento del gasto per cápita. Cabe señalar que el tiempo promedio de permanencia de los turistas en el país es de 12 días. Los principales rubros de gasto son restauración, alojamiento y transporte interno.

### ***El turismo interno peruano***

En los últimos años el Estado dictó diversas medidas orientadas a promover la actividad turística. Por ejemplo, se ha dispuesto la acumulación de los feriados en los fines de semana con el propósito de promover excursiones o viajes cortos de turismo local. El supuesto implícito de esta medida es que una de las principales restricciones para el desarrollo del turismo nacional es el tiempo disponible de los potenciales turistas. Este supuesto es razonable, aunque pese al crecimiento autosostenido de la economía peruana en los últimos años su efecto distributivo es aún incipiente, por lo que la actividad turística interna de largo aliento no se ha desarrollado plenamente. No obstante, se han mejorado y/o reparado las principales carreteras del país, con lo cual se han acortado las distancias entre los principales lugares de origen (Lima, Arequipa, Trujillo, etc.) y los principales lugares de destino turístico (Ayacucho, Cuzco, Trujillo, etc.). El Estado, a diferencia del turismo receptor, no se ha propuesto una meta cuantitativa específica en relación al turismo interno nacional.

Si se observa el número de pernoctaciones en los establecimientos de hospedaje se podría concluir que en el año 2012 hubo 13.849.207 turistas nacionales. Sin embargo, esta cifra puede estar sobreestimada, dado



que muchas de las pernoctaciones no son realizadas por “turistas” en sentido estricto, sino por población local que acude a establecimientos de hospedaje por diversos motivos (Tabla 8)

**Tabla 8**  
Perú: Turismo interno

<b>Año</b>	<b>Turismo interno histórico</b>
1992	6,265,755
1993	6,868,294
1994	6,787,455
1995	7,506,903
1996	7,676,356
1997	7,922,130
1998	8,218,234
1999	8,704,239
2000	9,156,933
2001	9,543,813
2002	10,529,419
2003	10,401,705
2004	10,784,118
2005	11,166,531
2006	11,538,997
2007	11,931,358
2008	12,310,867
2009	12,693,597
2010	13,075,807
2011	13,458,016
2012	13,849,207

Tasa de crecimiento anual: 4,05%. Fuente: BADATUR Perú.  
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

En tres ciudades principales del país –Lima, Arequipa y Trujillo– se aplicó una encuesta a la población de los estratos socioeconómicos A, B y C, cuyos resultados indican que el 19,06% de los encuestados realizó viajes de turismo entre abril de 2009 y abril de 2010. Si esta cifra es extrapolada a la indicada en la Tabla 9, la cantidad de nacionales o residentes en el Perú que efectuó única y exclusivamente actividades turísticas en el país –es decir, cuya única motivación de viaje fue conocer nuevos lugares y desarrollar actividades propiamente turísticas– para iguales segmentos de la población ascendería en el 2012 a 4.200.000 personas. Ello desde luego no implica que, de acuerdo a la normatividad de la OMT, se desconozca que las personas que realizan viajes por otros motivos dentro del país y que pernoctan por más de un día fuera del lugar de

su residencia habitual, deban dejarse de considerar dentro de las cifras del turismo interno. En consecuencia, de acuerdo a las estimaciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), el total de peruanos o residentes en el país que lleva a cabo viajes internos sería de siete millones; es decir que a los 4,2 millones cuya única motivación para viajar dentro del país es realizar exclusivamente actividades turísticas, de acuerdo a las estimaciones del OTP, se deben adicionar 2,8 millones de personas cuyo viaje no fue exclusivamente por motivos de turismo.

Se puede inferir que esta actividad crecerá en la medida en que se incremente cuantitativa y cualitativamente el empleo y, por ende, el consumo turístico de la población; variable además dependiente del crecimiento del PBI.

Los turistas nacionales proceden en su mayor parte de la ciudad de Lima: seis de cada diez hogares respondieron que uno o más de sus miembros hicieron algún viaje de turismo en el 2010. De otro lado, casi el 70% de estos hogares pertenece a los estratos A, B y C de la población. Con relación a los turistas propiamente dichos, se estima que la mayor parte de ellos es joven (el 59% tiene menos de 35 años de edad), se puede decir que hombres y mujeres viajan por igual y la mayoría viaja acompañado, sea por familiares (49,9%) o por amigos (28,1%). Solo un 22% de los turistas nacionales viaja solo.

El motivo principal de los viajes efectuados por los turistas nacionales es conocer nuevos lugares del país, seguidos por quienes tenían como propósito la visita a parientes o amigos. El 40% de los turistas entrevistados respondió que su viaje obedecía a ambos motivos, un 60% indicó que su finalidad fue principalmente turística, en tanto que un 16% señaló que viajó adicionalmente por negocios o trabajo.

En realidad estos datos corresponden a lo esperado. Las visitas a los amigos o parientes son el motivo principal del turismo nacional en casi todos los países del mundo. Estos turistas usualmente utilizan los días de descanso disponibles para hacer estos viajes que resultan de bajo costo, dado que en estos casos los gastos en hospedaje y alimentación se pueden reducir o en todo caso compartir.

En el caso del turismo interno, existe también una clara estacionalidad a lo largo del año, aunque es ligeramente diferente a la observada en el turismo receptivo. Existen dos grandes estaciones en la primera mitad del año y dos estaciones medianas en la segunda mitad. La primera de ellas es el mes de enero, que coincide precisamente con el inicio de las vacaciones escolares y de algunas universidades, motivo por el cual muchas familias aprovechan esta ocasión para realizar viajes de turismo. La otra fecha importante es entre marzo y abril, especialmente debido a la Semana Santa, cuando las familias viajan masivamente por el país. Las otras dos fechas destacadas son julio y noviembre. En julio son las vacaciones escolares y los trabajadores dependientes obtienen pagos adicionales por las gratificaciones de fiestas patrias. En noviembre existen fiestas regionales que estarían explicando este comportamiento, especialmente en el norte del país.

Los turistas nacionales gastan aproximadamente US\$ 500 per cápita en sus viajes por el país anualmente. El gasto estimado del turista nacional equivale al 39% de lo gastado en promedio por el turista extranjero.

Esto se explica por las siguientes razones:

1. Son evidentes las diferencias de ingresos entre los consumidores extranjeros y los nacionales.
2. Los turistas nacionales permanecen menos tiempo en viaje de turismo. La duración promedio es de seis días.
3. El gasto per cápita del turista nacional es de US\$ 83,33 diarios; es decir, el 78,06% de lo que gastan diariamente los turistas extranjeros.
4. El menor nivel de gasto observado entre los turistas nacionales obedece a que se ahorran gran parte del costo al visitar principalmente a los amigos y parientes, quienes les proporcionan hospedaje y a veces hasta alimentos.
5. El transporte hacia los lugares turísticos (72% del turismo interno) se realiza en bus, a diferencia de los turistas extranjeros que lo hacen generalmente por avión.
6. El turista nacional por lo general no realiza compras o gastos de esparcimiento en la misma magnitud que los turistas extranjeros.

### ***El tamaño del mercado turístico y el aporte al PBI***

La información analizada permite ensayar una estimación global del tamaño cuantitativo del mercado turístico en el país. En primer lugar, si se asume que el número de viajeros nacionales asciende a siete millones de personas (cifra señalada por Mincetur), en tanto que los turistas extranjeros ascienden a 2,5 millones de personas (según BADATUR Perú), en la actualidad nuestro mercado estaría conformado por un 44,21% de turistas nacionales cuya única motivación es el turismo (4,2 millones de personas, según BADATUR Perú), un 29,47% de viajeros nacionales no solo realiza actividades turísticas (2,8 millones de personas) y un 26,32% de turistas extranjeros. En el año 2012 los turistas extranjeros generaron ingresos finales ascendentes a US\$ 3.240 millones, mientras que el consumo final de los turistas nacionales fue de US\$ 3.500 millones, por lo que el tamaño económico del mercado fue de US\$ 6.740 millones; la cifra de ingresos del turismo receptor representó el 7% de las exportaciones de dicho año y, en términos de aporte al PBI, tanto el turismo interno como el receptivo significaron el 3,7%.

### **Los efectos positivos macroeconómicos del turismo en la economía**

El primer efecto que se observa es el incremento del PBI. Según BADATUR Perú, la participación del sector turismo en el producto nacional, para el año 2012, se estima en 3,7%, por lo que el PBI del sector turismo para dicho año fue de 8.801.453.000 millones de nuevos soles constantes; cifra bastante interesante para la economía peruana, si se considera que el turismo es un amplio generador de mano de obra (Tabla 9).

**Tabla 9**

Perú: PBI del sector turismo

<b>Año</b>	<b>PBI del sector turismo en miles de nuevos soles constantes</b>	<b>PBI en miles de nuevos soles constantes</b>	<b>Participación porcentual en el PBI</b>
1991	3,182,868	83,759,691	3.80%
1992	3,002,420	83,400,557	3.60%
1993	3,145,485	87,374,589	3.60%
1994	3,450,211	98,577,444	3.50%
1995	3,746,360	107,063,889	3.50%
1996	3,949,506	109,759,994	3.60%
1997	4,454,131	117,293,987	3.80%
1998	4,545,513	116,522,250	3.90%
1999	4,588,175	117,587,416	3.90%
2000	4,705,717	121,056,942	3.89%
2001	4,820,523	121,317,087	3.97%
2002	4,847,635	127,407,427	3.80%
2003	5,434,367	132,544,850	4.10%
2004	5,578,536	139,141,251	4.01%
2005	5,923,486	148,639,991	3.99%
2006	6,064,522	160,145,464	3.79%
2007	6,687,000	174,348,006	3.84%
2008	7,176,247	191,366,582	3.75%
2009	7,144,987	193,107,770	3.70%
2010	7,772,316	210,062,607	3.70%
2011	8,311,098	224,624,276	3.70%
2012	8,801,453	237,877,108	3.70%

Fuente: BADATUR Perú e INEI. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

El segundo efecto se puede observar en la participación del turismo receptor dentro del total de las exportaciones y en su aporte al cierre de la brecha de la Balanza Comercial del Perú, la cual hasta el año 2001 fue deficitaria (Tabla 10).

**Tabla 10**

Balanza Comercial del Perú y los efectos del turismo receptor(en millones de dólares)

Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo Balanza Comercial	Ingreso turismo receptor	Porcentaje en participación de exportadores	Saldo Balanza del turismo receptor	Contribución al saldo de la Balanza Comercial
1993	3,384	4,123	-739	215	6%	-54	0%
1994	4,425	5,584	-1,159	331	7%	65	6%
1995	5,492	7,750	-2,258	428	8%	131	6%
1996	5,877	7,869	-1,992	670	11%	320	16%
1997	6,824	8,567	-1,743	816	12%	382	22%
1998	5,757	8,262	-2,505	845	15%	393	16%
1999	6,087	6,793	-706	890	15%	447	63%
2000	6,951	7,407	-456	911	13%	381	84%
2001	7,007	7,273	-266	788	11%	196	74%
2002	7,647	7,440	207	801	10%	185	-89%
2003	8,986	8,285	701	923	10%	303	-43%
2004	12,547	9,818	2,729	1,034	8%	393	-14%
2005	17,247	12,084	5,163	1,241	7%	561	-11%
2006	23,800	14,866	8,934	1,383	6%	627	-7%
2007	27,955	19,599	8,356	1,854	7%	812	-10%
2008	31,594	28,432	3,162	2,380	8%	1,105	-35%
2009	26,885	21,011	5,874	2,015	7%	934	-16%
2010	35,565	28,815	6,750	2,242	6%	1,019	-15%
2011	46,269	36,967	9,302	2,695	6%	1,281	-14%
2012	45,639	41,113	4,526	3,240	7%	1,605	-35%

Fuente: BADATUR Perú e INEI. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

Un tercer efecto es la generación y contribución de divisas inherente a la Balanza en Cuenta Corriente, ya que para fines del caso el turismo receptor se ha convertido en un agente generador de divisas, siendo la quinta actividad generadora de divisas para el país en el 2012, considerando exportaciones tradicionales y no tradicionales (Tabla 11).

**Tabla 11**

Principales productos y servicios generadores de divisas.(en millones de dólares)

Año	Mineros	Agrícolas y agropecuarios	Pesqueros	Petróleo derivados	Textiles	Turismo	Sidero-metalúrgicos y joyería	Químicos
2006	14,851	1,785	1,763	1,713	1,469	1,383	829	601
2007	17,493	1,963	1,954	2,248	1,730	1,854	907	803
2008	18,656	2,597	2,413	2,663	2,018	2,380	908	1,041
2009	16,508	2,456	2,200	1,894	1,492	2,015	560	837
2010	21,974	3,165	2,526	3,088	1,558	2,242	918	1,223
2011	27,849	4,503	3,146	4,704	1,986	2,695	1,128	1,645
2012	26,637	4,122	3,302	4,959	2,157	3,240	1,253	1,624

Fuente: BCRP y BADATUR Perú. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

## Conclusiones

1. En una economía globalizada, donde los medios de comunicación juegan un papel fundamental y de inusitada rapidez en la formación de la opinión pública nacional e internacional, es esencial cuidar tanto la imagen interna como externa del país.
2. El Perú ya experimentó el impacto de una convulsión social que estuvo a punto de quebrar la totalidad de la industria turística, perdiendo muchos mercados y permitiendo que al amparo de ello aparecieran nuevos países ofertantes, retrasando la generación de infraestructura de planta en comparación con otros países que tienen similar oferta turística.
3. El Estado debe tener mucho cuidado en lo referente a la estabilidad de las políticas económicas en general, y en particular en lo vinculado a los incentivos técnicos hacia este sector, no solo por ser un rubro generador de riqueza y de divisas, sino por la capacidad multiplicadora de mano de obra que implica.
4. Nuestra oferta turística, en un 92%, es de naturaleza histórico-cultural. No es menos cierto que hemos gozado de ventajas comparativas en este tipo de turismo; pero hoy en día muchos países con similares características han ampliado su abanico de oferta turística, combinando este tipo de turismo con el de aventura, el recreacional y el ecoturismo, entre otros. El Perú debe seguir estos ejemplos, ya que en el mediano plazo se puede encontrar con ingratas sorpresas.
5. Se debe tener presente que, en una economía moderna, las ventajas comparativas vinculadas al turismo no siempre se han obtenido por herencia. Con ello nos referimos a países que, poniendo al servicio de la industria turística la aplicación de tecnologías de punta, han logrado convertir regiones de sus territorios en verdaderos paraísos turísticos (recreacionales, de aventuras, entre otros), consiguiendo ventajas competitivas difíciles de superar.

## Referencias

BADATUR PERU: [www.observatorioturisticodelperu.com](http://www.observatorioturisticodelperu.com)

BCRP: [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe)

Barros de Castro, A. & Lessa, C. (1995). *Introducción a la economía. Un enfoque estructuralista*. México: Siglo Veintiuno Editores.

Marsano, J. (2003). *Economía del turismo*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Monitor (1995). *Turismo en el Perú*. Lima: Comisión de Promoción del Perú.

PromPerú (2011a). *Perfil del turista extranjero 2010*. Lima: Comisión de Promoción del Perú.

PromPerú (2011b). *Perfil del turista nacional 2010*. Lima: Comisión de Promoción del Perú.