

I  
**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN”**

**HUÁNUCO**

**ESCUELA DE POST GRADO**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN Y NEGOCIOS.**

**MENCIÓN GESTIÓN DE PROYECTOS**



**BORRADOR DE TESIS MAGISTRAL**

**“EL FLUJO TURISTICO EN EL DESARROLLO SOCIO**

**ECONÓMICO DEL PAÍS - 2012”**

**TESISTA:**

**Lic. ELIANE ROCIO CABRERA AGUILAR.**

**HUÁNUCO - PERÚ**

**2014**

## DEDICATORIA

A mis padres y mi familia por el apoyo  
que me brindaron en la presente investigación.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis profesores y a todas las personas

que me ayudaron en mi formación profesional

## RESUMEN

En los últimos años, la demanda ha ido creciendo considerablemente con respecto al turismo esto implica al transporte en el Perú, así como la cantidad de establecimientos de hospedaje.

Esto se debe al gran porcentaje en aumento del turismo en el Perú. Las atracciones más importantes para los turistas son las de tipo cultural, natural e históricas. En este sentido, la existencia en el Perú de una riqueza de ecosistemas, diversidad de plantas y especies de animales, sumado a la vasta riqueza cultural y arquitectónica, configuran un panorama atractivo para el turismo, potencial que aún no es explotado en su totalidad.

Cabe destacar además que las actividades de turismo arqueológico, de aventura, ecoturismo, medicinal y vacacional pueden realizarse durante todos los meses del año, aunque es recomendable recabar información pertinente acerca de las condiciones climáticas de los lugares elegidos para visitar.

Los principales circuitos turísticos son:

\* *En el sur:* Cusco – Arequipa - Puno y Paracas - Nazca

\* *En el centro:* Callejón de Huaylas, Lima-Jauja-Huancayo-Tarma-San Ramón-La Merced-Oxapampa - Huánuco- Tingo María - Pucallpa

\* *En el norte:* Chiclayo - Chachapoyas - Celendín - Cajamarca-Trujillo

Actualmente solo el 6% de turistas internos trabaja con alguna agencia de viajes, según el PTV. En cifras el 72% de toda la actividad turística peruana la ocupa el turismo interno, según la Cuenta Satélite del Turismo. Un Millón (1'000.000) de personas realizaron viajes al interior del país en el feriado por Semana Santa, según Prom-Perú. El 21% de viajes se realiza teniendo a Lima como destino, según el Perfil del Vacacionista Nacional. El 10% de los viajes

se realiza a Arequipa y un porcentaje similar a La Libertad, según el mismo estudio. El 76% de los turistas internos suele viajar a destinos que ya conoce, usualmente donde tiene familiares. Un 87,4% de limeños no viaja fuera de la ciudad en la Semana Santa, según un estudio de Prom-Perú.

Perú recibe 10 millones de turistas al año que ganan 2.000 dólares promedio en servicios consumidos dentro del país durante su estadía en los tres grandes circuitos turísticos del norte, centro y sur, logrando 20.000 millones de dólares como ingresos promedio al año por esta actividad. De esta forma, el Turismo finalmente considerado en el 2012 como actividad de exportación de servicios, es hoy una de las principales actividades económicas del país tanto en su contribución al PBI – que en el último año fue de 15% - como en la generación de empleos ya que cerca de diez millones de peruanos trabajan en Turismo en puestos de trabajo estables y bien remunerados. Uno de los más importantes factores que sustentó esta gran expansión del Turismo peruano se debe a un gran esfuerzo desarrollado durante los diez primeros años de este siglo basado en la priorización del Turismo como actividad estratégica para el desarrollo, la selección del modelo de Turismo de alto rendimiento, bajo volumen, bajo impacto, la elección del segmento naturaleza-aventura.

## SUMMARY

Of late years, the request has attended growing considerably regarding the tourism this one implicates to the transportation in the Perú, as well as the establishments quantity of boardinghouse.

It happens to me that They must owe This to the great incremental percentage of the tourism in the Perú. The more important entertainments in order to the tourists are them of cultural fellow, native and historic.

In this sense, the existence in the Perú of an ecosystems riches, plants diversity and animal's species, once was added up to the vast cultural wealth and architectOnics, they configure an attractive panorama in order to the toUrism, potential than not yet exploited completely.

He fits in to stand out besides than the archeological,-, adventure's tourism activities, Echo tourism, Medicinal and vacation they can come true during the year's all months, although procuring pertinent information about the climatic conditions of the elected places to visit is commendable.

The main things tourist circuits are :

\* *In the South:* Cusco – Arequipa- Puno and Paracas - Nazca.

\* *Downtown:* Huaylas, Lima-Jauja-Huancayo-Tarma-San Ramón- La Merced-Oxapampa - Huánuco- Tingo María - Pucallpa

\* *Northerly:* Chiclayo - Chachapoyas - Celendín - Cajamarca - Trujillo

One million ( 1'000.000 ) of people accomplish journeys up country in the given as a gift per week Saint-like, according to Prom - Perú.

The 21 journeys percent comes true having Lima as destination, according to the Vacationist Nationals' Peril.

journeys' 10 percent comes true to Arequipa and a similar percentage to The Freedom, according to the same study.

the tourist inmates' 76 percent uses to travel to destinations than right now he knows, usually where he has relatives.

A 87,4 limeños percent do not travel outside the city in the Holy Week, according to Prom - Perú.

Perú receives 10 million of tourists a year that center and south earn 2.000 dollars average in consumed services inside the country during his stay in the three big tourist circuits northern,, achieving 20.000 million of dollars as earnings average a year for this activity. In this way, the finally Tourism once was considered in the 2012 as activity of exporting of services, one becomes of today principal economic activities domestic point in his contribution I have a meal in the jobs generation to the PBI right now than close to ten million of Peruvian they work at Tourism in jobs of work stable and very remunerated - than it became of 15 in the last year. it happens to me that They must owe one of the more important factors that the Peruvian Truism's this great expansion held to a heave once was developed during the ten tender ages of this based century in the periodization of the Tourism as strategic activity in order to the development, the selection of the model of high-performance Tourism, under volume, under impact, the segment's election nature - risk .

## **INTRODUCCION.**

El Perú tiene una riqueza cultural a la altura sólo de las grandes y milenarias civilizaciones de la historia de la humanidad.

El Turismo en el Perú es marcadamente cultural y vivencial, alcanzando el 80 por ciento de la totalidad y con un promedio de estadía de 19 días por persona. Se entiende por vivencial aquel turismo que se desarrolla con la convivencia entre el visitante y una familia receptora quien le enseña sus hábitos y costumbres.

El veinte por ciento del turismo restante es de aventura, por el interés en practicar diferentes clases de deportes, como escalar montañas, hacer canotaje, ciclismo en la nieve, surfing de mar y de montaña, y otras tantas formas de atraer al visitante. Resulta interesante la variedad de aventuras que el turista puede emprender en este país debido a la variedad climática y forma geográfica de su territorio. Por ejemplo, simultáneamente cuando en la costa es verano, en la montaña es invierno y en la selva el clima es tropical.

Los visitantes tienen la oportunidad de remontarse al pasado para vivir tradiciones andinas preincaicas, incaicas, coloniales y republicanas, manifestadas en la variada gastronomía peruana, en el arte, en las costumbres comunales, en la música, en el uso de la llama como animal de carga andino en una caminata, atravesando paisajes nevados de la Cordillera Blanca, de los Andes, por los Caminos del Inca, en las afueras y dentro del Cusco, en los



alrededores del enigmático templo de Chavín de Huántar y en general en la región de los Andes de este país.

Una de las actividades económicas que permite la descentralización de la riqueza en un país es el turismo interno. En ese sentido, aquellas regiones del Perú que no son muy beneficiadas por el turismo receptivo (visita de turistas extranjeros) también pueden gozar de importantes ingresos turísticos, gracias a los viajes y visitas de los peruanos, generando empleo y expectativas para las inversiones.

Bien decimos, que antes de conocer un país extranjero, debemos conocer el Perú, porque nuestro país tiene muchas cosas que mostrar y nosotros que conocer, aprender y disfrutar de él. Es así, que el turismo interno se convierte en la actividad que permite que los peruanos conozcamos las bondades y atractivos de nuestro país, sus monumentos culturales, las costumbres de los pueblos, las variedades gastronómicas, la riqueza natural, la belleza de sus paisajes, todo ello en un entorno de cordialidad y diversión.

Por estas razones, es muy importante conocer a los turistas nacionales para que de acuerdo a sus preferencias, necesidades y expectativas podamos preparar un buen producto turístico y así brindarle una agradable experiencia.

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
SUMMARY	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
ÍNDICE	X

## **CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1. Descripción del problema	1
1.2. Formulación del Problema	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problema Específico	4
1.3. Objetivos.	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos Específicos	8
1.4. Hipótesis y/o sistema de hipótesis	8
1.4.1. Hipótesis general	8
1.4.2. Hipótesis Específicas	8
1.5. Variables	9
1.6. Justificación	9

## **CAPITULO II MARCO TEORICO**

2.1. Antecedentes de la Investigación	10
2.1.1. A nivel Internacional	10
2.1.2. A nivel Local	14
2.2. Bases Teóricas	14
2.3. Definiciones Conceptuales	66

## **CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Tipo de la Investigación	69
3.2. Diseño y esquema de Investigación	69
3.3. Población y Muestra	70

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>72</b>
<b>SUGERENCIAS</b>	<b>74</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>76</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>78</b>

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Descripción del Problema

##### **Fundamentación del Problema.**

En los últimos años, la demanda ha ido creciendo considerablemente con respecto al turismo esto implica transporte, establecimientos de hospedaje, restaurantes y otros servicios complementarios en el Perú. Esto se debe al gran porcentaje en aumento del turismo en el Perú. Las atracciones más importantes para los turistas son las de tipo cultural, natural e históricas. En este sentido, la existencia en el Perú de una riqueza de ecosistemas, diversidad de plantas y especies de animales, sumado a la vasta riqueza cultural y arquitectónica, configuran un panorama atractivo para el turismo, potencial que aún no es explotado en su totalidad.

Cabe destacar además que las actividades de turismo arqueológico, de aventura, ecoturismo, medicinal y vacacional pueden realizarse durante todos los meses del año, aunque es recomendable recabar información pertinente acerca de las condiciones climáticas de los lugares elegidos para visitar.

Los principales circuitos turísticos son:

\* *En el sur:* Cusco – Arequipa - Puno y Paracas – Nazca.

\* *En el centro:* Callejón de Huaylas, Lima-Jauja-Huancayo-Tarma-San Ramón- La Merced-Oxapampa - Huánuco- Tingo María – Pucallpa.

\* *En el norte:* Chiclayo - Chachapoyas - Celendín - Cajamarca-Trujillo.

En el presente trabajo se detalla la situación del turismo relacionando el transporte y el hospedaje en el Perú. Así como una breve reseña del aumento de la demanda de estos, en los últimos años.

Es necesario analizar la situación actual del turismo en el país con el propósito de identificar qué factores pueden influir en su desarrollo. Con fines de ordenar la investigación, el análisis se realiza de manera separada identificando factores asociados tanto a la demanda de servicios turísticos como a la oferta, prestando especial atención al rol de las instituciones del mercado.

Como en todo servicio, la demanda del sector turismo es la pieza clave a partir de la cual se desarrolla este sector. De hecho, casi todos los estudios o análisis que se han realizado en los últimos años precisamente están orientados a evaluar la demanda, sus características y perspectivas. Sin embargo, muchos de estos análisis son básicamente descriptivos, principalmente intentando establecer una adecuada segmentación del mercado. En esta investigación se realiza un breve recuento del conocimiento que se tiene sobre los turistas que visitan el país intentando identificar qué factores influyen en su comportamiento.

Luego se estima el tamaño del mercado turístico nacional para tener una idea de las magnitudes involucradas en el sector. Sin duda, una alternativa más económica la constituye el transporte terrestre interprovincial, el cual se

registró un tráfico cercano a los 57 millones de pasajeros a través de 498 empresas de transporte y 4,567 unidades, 60% de las cuales registran una antigüedad superior a los 10 años. Según el ministerio de Transportes cerca del 47% de pasajeros fue trasladado a la zona sur país, 37% al norte y el 15% restante al centro.

El subsector es altamente heterogéneo tanto en el tamaño de las unidades como en el servicio ofrecido, siendo una constante el alto nivel de informalidad y falta de control en el cumplimiento de las normas, factores que conllevan a una sensación de inseguridad. Llama la atención el número reducido de empresas especializadas en turismo. La demanda de transporte terrestre interprovincial presenta una marcada estacionalidad, principalmente en Semana Santa, Fiestas Patrias, Navidad y en periodos de feriados largos, en los que usualmente el precio de los pasajes tiende a incrementarse significativamente.

Demanda hotelera está representada por la cantidad de establecimientos de hospedaje que, se ha incrementado en los últimos 10 años a razón de 14.4% anual, destacando la mejora en calidad y número de los establecimientos de las categorías más altas (4 y 5 estrellas), orientados al segmento corporativo o turismo de negocio y la expansión de albergues, ante el crecimiento del turismo de aventura.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema Principal.**

¿En qué medida el sector turismo en el Perú viene impactando en lo económico, social y cultural entre los años 1990 – 2012”?

### 1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la magnitud entre la variable Producto Bruto Interno con el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú?
- ¿Cuál es el impacto económico que ha generado el Flujo Turístico Internacional y nacional en el Perú?
- ¿En qué medida el Flujo Turístico internacional y nacional influye **en el contexto social y cultural del país?**

### 1.2.3. Justificación e Importancia.

El turismo se ha convertido en la actualidad en una fuente principal de ingreso de divisas, en el caso peruano que cuenta con una gran gama de circuitos turísticos, debemos explotar al máximo dicho servicio.

Con el ingreso de turistas a los diferentes circuitos que se ofertan en el Perú, se activan una serie de servicios que requieren necesariamente, como en el caso de transporte, hotelería, restaurantes, agencias de turismo, etc. El Perú es un gran centro de atracción turística, no solo basta poseer y tener los lugares, sino que debemos brindar un servicio eficiente; es decir, brindar seguridad y sobre todo cumplir con los paquetes turísticos en su totalidad.

En el mercado internacional existe un gran nivel de competencia, pues al igual que el Perú, también cuentan con servicios turísticos más organizados. Por ello es necesaria una política global para impulsar el turismo nacional pues nos ubicamos en el puesto 76, en cuanto a turistas que llegan a nuestro territorio.

A nivel mundial los países con mayor ingreso anual de turistas la encabezan Francia, USA, España, Italia, China, etc. Los países antes

mencionados cuentan con una infraestructura eficiente, donde el turista hace uso del servicio de primera calidad, lo que estimula más aun su retorno. Si se brinda un servicio de calidad a un turista será el mismo quien realice la difusión del servicio cuando retorne a su país de origen, es decir la propaganda lo conseguimos tan solo brindando un buen servicio.

En el Perú existen sitios naturales de gran belleza así como restos arquitectónicos, costumbres, etc., que se constituye en un gran atractivo para el turista.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, la diversidad de actividades favorables traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad. En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía. Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos



aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

La escasa existencia de estudios de carácter correlacional en nuestro país en el sector turismo, nos brinda la oportunidad de emprender nuestra investigación. Hoy en día la actividad turística brinda la posibilidad de concatenar y relacionar nuestra cultura con las cultura extranjeras y poderla mostrar al resto del mundo “exportando” el servicio turístico. Además de ello es menester reconocer y revalorar nuestra identidad cultural y demostrarlo hacia el resto del mundo; y el sector turístico brinda una oportunidad impresionante de hacerlo. Reconociendo la importancia así expuesta, es que el presente trabajo de investigación tiene como propósito estimar los Determinantes del Flujo Turístico Internacional hacia el Perú durante el periodo: 1990- 2012. Ahora bien, para el manejo de esta variable se hace necesario conocer no solo su comportamiento sino además, tener una idea sobre aquellas variables económicas que lo explican, y de esta manera poder elaborar planteamientos y políticas que lo dinamicen tomando en cuenta precisamente esas variables explicativas.

Es a través del análisis estadístico como se logran desarrollar modelos que pueden ayudar a explicar los fenómenos económicos, y en este caso en particular hemos hecho uso de esta disciplina para explicar la presente variable en estudio: **Flujo Turístico Internacional hacia el Perú**. Es importante y necesario estimar un modelo para el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú, dado que de esta manera conocemos las variables explicativas redundantes o relevantes del mismo, de ello se

desprenden las implicancias de política económica que estimulen el turismo internacional hacia nuestro país, nuestro país se basa en una gran parte de sus atractivos turísticos en los recursos culturales y naturales que posee. Por ello, es importante la necesidad de darles un manejo que garantice el uso racional y por lo tanto su sostenibilidad.

En ese sentido, el “Flujo Turístico Internacional hacia el Perú.” se convierte en un estudio clave, gracias a este estudio sabremos, cómo es y cómo llegar a él. Pero además, qué debemos potenciar desde el desarrollo del producto turístico hasta proponer políticas públicas más acertadas para la promoción turística. Esta publicación por lo tanto no solo será un referente para el propio Estado sino también para la toma de decisiones del empresariado privado y para un mejor análisis desde la academia.

Se espera que esta investigación sirva para comprender y conocer mejor el “Flujo Turístico Internacional hacia el Perú.” y así trabajar el mismo de manera más planificada, estratégica y sostenible.

### **1.3. OBJETIVO**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Analizar y verificar en qué medida el sector turismo en el Perú viene impactando en lo económico, social y cultural entre los años 1990 - 2012.

### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Determinar la magnitud que existe entre la variable Producto Bruto Interno con el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú.
- Analizar el impacto económico que ha generado el Flujo Turístico Internacional y nacional en el Perú.
- Analizar y verificar el impacto dejado por el Flujo Turístico internacional y nacional en el contexto social y cultural del país.

## **1.4. HIPÓTESIS.**

### **1.4.1. Hipótesis General.**

El sector turismo en el Perú tiene y tendrá un impacto significativo en lo económico, social y cultural del país.

### **1.4.2. Hipótesis Específicas.**

- Existe una magnitud significativa entre la variable Producto Bruto Interno con el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú.
- Existe un impacto económico positivo que ha generado el Flujo Turístico Internacional y nacional en el Perú.
- El impacto generado por el Flujo Turístico internacional y nacional en el contexto social y cultural del país es significativo.

## 1.5. Variables.

### 1.5.1. Variable Independiente (VI).

- Sector Turístico en el Perú.

### 1.5.2. Variable Dependiente (VD).

- Crecimiento económico.
- Contexto social.
- Contexto cultural.

## 1.6. Indicadores.

### 1.6.1. Indicadores de la Variable Independiente:

**Turismo interno:** El de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país.

**Turismo receptor:** El que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado.

**Turismo emisor:** El de los residentes del país dado que viajan a otro país.

### 1.6.2. Indicadores de las Variables Dependientes:

- Producto Bruto Interno.
- Crecimiento de los sectores económicos.
- Cambios sociales y culturales de los pueblos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación.**

##### **2.1.1. Antecedentes del Problema.**

El Perú está situado en la parte central-occidental de América del Sur, tiene una extensión territorial de 1.28 millones de Km<sup>2</sup>, presenta un relieve accidentado surcado por la Cordillera de los Andes, dando lugar a la existencia de tres regiones naturales marcadamente diferentes, especialmente en su conformación física y comportamiento climático.

Al 2011, las proyecciones del INEI estima que el Perú tiene una población de 29.8 millones de habitantes, con una tasa de crecimiento de 1.6% anual, con tendencia decreciente en las dos últimas décadas. Según el Censo de Población del año 2007, el 74% de la población se encontraba asentada en el área urbana y 24% en el área rural, mientras que en al año 1940 la población urbana era el 35% del total, lo que evidencia una fuerte tendencia migratoria a las zonas urbanas de la ciudades, en detrimento al desarrollo de las zonas rurales. (Población Intercensal 1993 – 2007).

Es notorio también, el desbalance en el asentamiento de la población en el ámbito de las regiones naturales, ya que mientras en los departamentos costeros se concentra el 54.6% de la población nacional, en la Sierra se ubica el 32% y en la Selva solamente el 13.4%, a pesar que esta última Región representa el 60% del territorio nacional. (INEI Nota de Prensa N° 101 - 08.Jul.2011).

La situación del desarrollo económico también nos muestra un marcado desequilibrio territorial, con un acentuado centralismo en Lima, capital de la República, que tiene el 29% de la población nacional, produce el 48% del PBI, genera el 55% del ingreso nacional, concentra el 70% del PBI industrial y el 52% de los servicios gubernamentales, además recauda más del 90% de impuestos.

Sin embargo, la economía peruana, en los últimos 18 años, ha experimentado uno de los mejores desempeños en América del Sur, con tasas de crecimiento del PBI que el últimos años han superado el 8%, sustentados fundamentalmente en la participación de la inversión privada, especialmente aquella dirigida al desarrollo de productos y actividades orientadas para el consumo de los mercados externos, habiendo logrado incrementos en la exportación, solamente comparados con los alcanzados por la Republica China, como ejemplo en el periodo 1998- 2008 se registró un crecimiento de 448%.

Las primeras manifestaciones del Turismo la encontramos en los hechos que refieren viajes como antigua forma de turismo. En la literatura podemos observar claramente esos viajes: La Eneida, La Odisea y La Ilíada. Los juegos olímpicos Griegos causando muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y recreación.

Edad Media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Guerra de la "Cruzadas", peregrinaciones a

Santiago de Compostela, existencia de posadas en los caminos, expansión y búsqueda de nuevas rutas comerciales.

A mediados del siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas, en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje del Caballero y la Diligencia.

En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surgen las primeras Agencias de Viajes por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medidora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos. Entre otras manifestaciones tenemos el surgimiento de promotores internaciones y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubs Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

El Transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental Entre los barcos podemos mencionar: El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line; Titanic de la White Star Line. Comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros con iniciación de las rutas turísticas. Sustitución de los antiguos vehículos de vapor por los de combustión interna (Henry Ford).

Los acontecimientos que marcan el principio de la transportación aérea: 1.919 un NC4 de estados Unidos cruzó el Atlántico en vuelo New York- Plymouth un avión británico recorre desde Terranova a Irlanda sin escala. Desde la II guerra mundial el continente Europeo entra en una etapa de reconstrucción y recuperación económica y social, el mejoramiento de los niveles de vida incrementa el turismo.

El Perú debe conformar productos óptimos y competitivos procurando la inversión más adecuada y rentable. Por ello, contar con más turistas y poseer abundantes recursos con potencialidad no es suficiente para afirmar que un destino como Perú es competitivo. Los modelos propuestos sugieren que estos recursos sean gestionados por industrias competitivas capaces de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios por encima de los estándares internacionales. Así, un país será próspero en la medida que cuente con una masa significativa de empresas competitivas en una o varias industrias, por lo que la competitividad debe entenderse en términos de industrias o sectores y no en términos de una nación.

En este contexto, debe señalarse que para que la industria del turismo llegue a ser competitiva a escala mundial se requieren acciones conjuntas entre las empresas privadas y los distintos niveles de gobierno. Así, para reflejar estas relaciones, Porter señala que existen cuatro ámbitos fundamentales (las características de la demanda, las condiciones de la producción, los sectores conexos y de apoyo (clusters), y los factores que determinan a las empresas del sector) que explican por qué las empresas innovan y se mantienen competitivas en determinadas industrias o sectores. Bajo esta metodología, se realizó un ejercicio con el fin de conocer la contribución del sector público a la competitividad de las empresas del sector.



Las acciones del MINCETUR para mejorar la competitividad se intensifican en dos elementos del diamante: “condiciones de los factores de producción” y “características de la demanda”. Sin embargo, su rol facilitador y promotor de la competitividad empresarial le otorga presencia en el resto de ámbitos para mejorar la competitividad. En el Cuadro 5 se detallan algunas de las acciones del Estado que vienen contribuyendo a la generación de competitividad.

## **2.2. Conceptos Fundamentales del Turismo**

### **2.2.1 ¿Qué es el Turismo?**

"Según la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) 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". También se lo define como "(...) aquel desplazamiento en el espacio realizado por personas con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, para disfrutar de los recursos naturales y/o culturales".

El turismo son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita. Por ende, realizar turismo, es viajar fuera de la ciudad o del lugar en que vivimos, en busca de descanso, entretención o nuevas experiencias.

El mismo se realiza, tanto dentro del país de uno, como en el extranjero. Muchas naciones prácticamente viven del turismo. Esto se debe, a diversas razones; y no sólo económicas, sino además por las características de los lugares, la atención, la situación hotelera y la hermosura del lugar. Es así, como

países como Brasil, México, República Dominicana, Tahití, varios países de Europa y Asia, entre varios otros, tienen al turismo como una de sus principales fuentes de ingreso.

Con respecto al turismo en sí, existen diversas formas de realizarlo. Las cuales pueden ser consideradas, como formas alternativas de realizar turismo. Ya que la convencional, es la de viajar por avión u auto a otra ciudad o país, en el cual se pretenderá conocer y descansar principalmente. Pero con el turismo alternativo, la situación es completamente diferente.

El turismo es un fenómeno económico y social; durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas

que el turismo ofrezca. La OMT (Organización Mundial del Turismo – 20011) ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos.

Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea. Cifras clave: La contribución del turismo a la actividad económica mundial se estima en cerca del 5%. Su contribución al empleo tiende a ser ligeramente superior en términos relativos y se estima entre el 6% y el 7% del número total de empleos en todo el mundo (directos e indirectos).

Entre 1950 y 2011, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6,2% y se pasó así de 25 millones a 980 millones. Los ingresos generados por estas llegadas aumentaron a un ritmo aún más rápido llegando a situarse alrededor de los 919.000 millones de dólares de los Estados Unidos (€ 693.000 millones) en 2011. Mientras que en 1950 los 15 destinos principales absorbían el 88% de las llegadas internacionales, en 1970 la proporción fue del 75% y el 55% en 2010, como reflejo de la aparición de nuevos destinos, muchos de ellos en los países en desarrollo. Puesto que el crecimiento ha sido especialmente rápido en las regiones emergentes, el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los países emergentes y en desarrollo ha aumentado continuamente, del 32% en 1990 al 47% en 2010.

Evolución actual y previsiones: Las llegadas de turistas internacionales en el mundo han crecido casi un 4% en 2011 a 983 millones; el turismo internacional en 2011 generó 1,032 mil millones dólares EE.UU. (€ 741 mil millones) en ingresos por

exportación; La OMT prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 3% y 4% en 2012

## **2.2.2. TIPOS DE TURISMO EN EL PERÚ**

### **a.- Turismo de Aventura.**

El Turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa.

Este tipo de Turismo también se relaciona directamente con el deporte de aventura o riesgo, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo. El Turismo de Aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza. Es el hecho de visitar o alojarse en zonas donde se pueden desarrollar los llamados deportes de aventura o Turismo Activo.

El veinte por ciento del turismo es de aventura, por el interés en practicar diferentes clases de deportes, como escalar montañas, hacer canotaje, ciclismo en la nieve, surfing de mar y de montaña, y otras tantas formas de atraer al visitante. Resulta interesante la variedad de aventuras que el turista puede emprender en este país debido a la variedad climática y forma geográfica de su territorio. Por ejemplo, simultáneamente cuando en la costa es verano, en la montaña es invierno y en la selva el clima es tropical.

### **b.- Ecoturismo.**

El Ecoturismo es una modalidad de Turismo de crecimiento a nivel mundial, y no es para menos, con fenómenos como el Calentamiento Global o el Efecto Invernadero

el mundo está tomando conciencia lentamente de la importancia del medio ambiente y no sólo de su importancia sino de las mejores maneras para preservarlo.

El Gobierno Peruano consciente de esta realidad se ha dado con la tarea de crear zonas intangibles en donde se proteja la geografía, las fuentes de agua natural, el paisaje, la flora y la fauna, las comunidades indígenas y todo aquello que sea propio y característico de un lugar específico. Estas zonas protegidas e intangibles forman parte del Sistema de Áreas Naturales Protegidas por el Estado o SINANPE.

Muchas de estas zonas intangibles son lugares de belleza natural indescriptible, como por ejemplo: Pacaya Samiria en Loreto, Manu y Tambopata-Candamo en Madre de Dios, Yauyos en Provincia de Lima, entre otras. En todas estas zonas, el viajero amante de la naturaleza encuentra su lugar predilecto, desde los amantes de las aves hasta los que disfrutan de la diversidad de sonidos y sorpresas de la selva, el ecoturismo es precisamente ese maravillarse de la magia de la naturaleza, y mezclarse y ser parte de ella.

### **c.- Turismo Cultural y Vivencial.**

El Perú tiene una riqueza cultural a la altura sólo de las grandes y milenarias civilizaciones de la historia de la humanidad. El Turismo en el Perú es marcadamente cultural y vivencial, alcanzando el 80 por ciento de la totalidad y con un promedio de estadía de 19 días por persona. Se entiende por vivencial aquel turismo que se desarrolla con la convivencia entre el visitante y una familia receptora quien le enseña sus hábitos y costumbres.

Los visitantes tienen la oportunidad de remontarse al pasado para vivir tradiciones andinas preincaicas, incaicas, coloniales y republicanas, manifestadas en la variada gastronomía peruana, en el arte, en las costumbres comunales, en la música, en el uso de la llama como animal de carga andino en una caminata, atravesando

paisajes nevados de la Cordillera Blanca, de los Andes, por los Caminos del Inca, en las afueras y dentro del Cusco, en los alrededores del enigmático templo de Chavín de Huantar y en general en la región de los Andes de este país.

Los turistas que desean recorrer el territorio paso a paso, tienen la oportunidad de practicar el turismo vivencial en el Perú o rural en casas campesinas, en familias que tienen preparadas sus viviendas para alojar al turista y enseñarles su forma de vida, sus costumbres y tradiciones como arar el ganado, preparar el pan, participar en ceremonias de pago a la tierra, sembrar productos de la zona, caminatas a atractivos cercanos y otras tantas costumbres autóctonas conservadas desde antaño.

Por ejemplo, en el Cusco los pobladores de tres comunidades del Valle Sagrado de los Incas, abren sus puertas al peregrino a fin de compartir su vida cotidiana a través del turismo. La estadía permite participar directamente en las actividades del campo, fiestas y rituales, logrando un verdadero intercambio de vida en equilibrio con la naturaleza. Además, es posible revivir mitos y tradiciones multimilenarios al contacto con los habitantes locales durante el recorrido por las rutas ancestrales de los Caminos del Inca y de Ollantaytambo (denominado así por ser el tambo de Ollantay).

#### **d.- Turismo Gastronómico.**

La gastronomía del Perú es de las más diversas del mundo, como lo demuestra el hecho que es el país con mayor número de platos típicos: 491, y alcanza un nivel equivalente al de la comida francesa, china e hindú. En la comida peruana se encuentran al menos 5.000 años de historia pre inca, inca, colonial y republicana. Se consideran casi tres siglos de aporte culinario español, (influenciado inicialmente por 762 años de presencia musulmana en la Península Ibérica), las costumbres

gastronómicas traídas por esclavos de la costa atlántica africana y la fuerte influencia de las costumbres culinarias de los chefs franceses que huyeron de la revolución en su país, la influencia de los chinos- cantoneses, japoneses, italianos desde el siglo XIX y otros europeos.

Como particularidad exclusiva de la gastronomía del Perú, existen comidas y sabores de cuatro continentes en un solo país y, esto, desde la segunda mitad del siglo XIX. Esta gastronomía ostenta varios récords Guinness a nivel mundial por su variedad, cantidad y calidad.

Las artes culinarias peruanas están en constante evolución y esto, sumado a la variedad de platos tradicionales, hace imposible establecer una lista completa de sus platos representativos. Cabe mencionar que a lo largo de la costa peruana existen más de dos mil quinientos diferentes tipos de sopas, asimismo existen más de 250 postres tradicionales. La gran variedad de la gastronomía peruana se sustenta en tres fuentes:

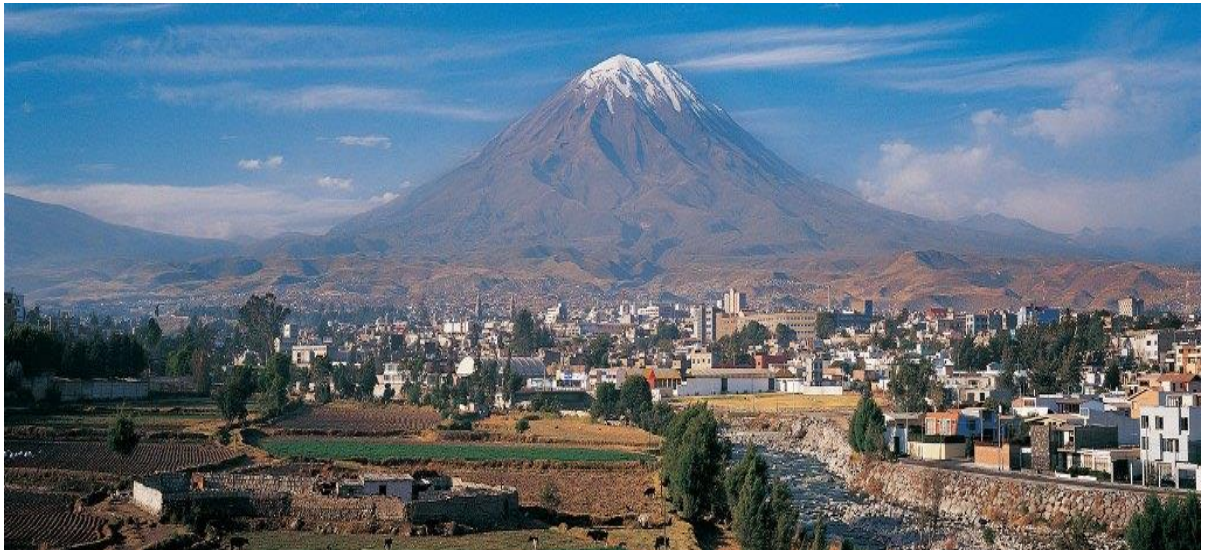
- \* . La particularidad de la geografía del Perú.
- \* . La mezcla de razas y de culturas
- \* . La adaptación de culturas milenarias a la cocina moderna.

### **2.2.3. Los Diez Lugares más Turísticos de Perú**

A continuación encontrará la lista de los 10 destinos turísticos del Perú más visitados, con un breve resumen sobre ellos, y está invitado a ingresar a la guía de cada destino. La lista tiene un orden alfabético.

### **a.- Arequipa**

Ubicada en la zona andina sur, en las faldas del volcán Misti, es también conocida como la "Ciudad Blanca" por su arquitectura, hermosas construcciones coloniales en sillar blanco, como casonas, iglesias, templos y monasterios. Su centro histórico ha sido reconocido recientemente como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Está rodeada de una bella y bucólica campiña. Desde aquí podrá visitar el famoso Valle del Colca y el Cañón del Colca, áreas naturales como La Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca y las Lagunas de Mejía. Es un destino ideal para conocer monumentos coloniales, culturas vivas y realizar turismo al aire libre disfrutando de aventura, naturaleza y biodiversidad.



### **b.- Callejón de Huaylas – Huaraz.**

El Callejón de Huaylas le ofrece lugares andinos paradisíacos, hermosos paisajes, nevados, miles de lagunas azul turquesa, todo ello en la Cordillera Blanca. Es el paraíso de los deportes de aventura, y cuna de la más antigua civilización de Perú, la cultura Chavín. También se ubica el Parque Nacional del Huascarán, lugar declarado Patrimonio Natural de la Humanidad y el centro arqueológico de Chavín de Huántar, Patrimonio Cultural de la Humanidad, en donde se ubican las más antiguas construcciones de piedra tallada del Perú. Ningún otro pueblo o cultura superaron sus



técnicas de arquitectura. Huaraz es la ciudad capital del departamento y el punto de partida para conocer toda la zona.



### **c.- Chiclayo Y El Señor de Sipán.**

Chiclayo, ubicado en la costa norte, durante la época colonial, era una simple villa de indios y mestizos en el camino que unía Lambayeque con Zaña. La ciudad posee la fortuna de estar en el centro de una rica zona arqueológica preincaica (Mochica - Chimú), en donde se han realizado recientes y espectaculares descubrimientos arqueológicos como El Señor de Sipán en Huaca Rajada, El Señor de Sicán en Batán Grande y las pirámides de Túcume. Ello se magnifica con la inauguración del Museo de Tumbas Reales de Sipán, el cual alberga una colección y recreación de incalculable valor. Actualmente, Chiclayo es el segundo destino arqueológico del Perú, después del Cuzco. Chiclayo y sus pueblos vecinos son afamados por ser la tierra de los brujos y del esoterismo. Pintorescas caletas de pescadores, a la usanza prehispánica y artesanos. Se recomienda combinar la visita a Chiclayo con Trujillo.



#### **d.- Cuzco - Machu Picchu.**

La Capital Arqueológica de América"; constituye el mayor atractivo turístico del Perú y el más visitado. Cuzco fue la más grande ciudad y capital del Imperio Inca, luego fue tomada por los conquistadores españoles. Hoy en día, Cuzco conserva el mestizaje de la arquitectura Inca con la colonial española, lo que le da un carácter único en el mundo. El pueblo cuzqueño conserva con orgullo sus costumbres y tradiciones y es un lugar rico de culturas vivas. Un lugar obligado para conocer es la mística y enigmática Machu Picchu, la ciudad sagrada de los Incas que los conquistadores españoles nunca conocieron y que fue dada a conocer a la cultura occidental en 1911. Cuzco como Machu Picchu por su valor histórico y por su belleza natural son considerados Patrimonios de la Humanidad.



**e.- Iquitos - Río Amazonas.**

El punto de partida en la selva amazónica norte del Perú, un lugar ideal para los amantes del turismo de naturaleza y biodiversidad y para quienes desean sentir el íntimo contacto con la naturaleza virgen de los bosques amazónicos. Desde la ciudad de Iquitos podrá navegar en el río Amazonas e iniciar expediciones a la selva, normalmente con base en lodges ubicados en plena jungla, y los más audaces y aventureros pueden llegar hasta las Reservas y Parques Nacionales con exuberante fauna y flora, y tomar contacto con los aborígenes de la Amazonía.

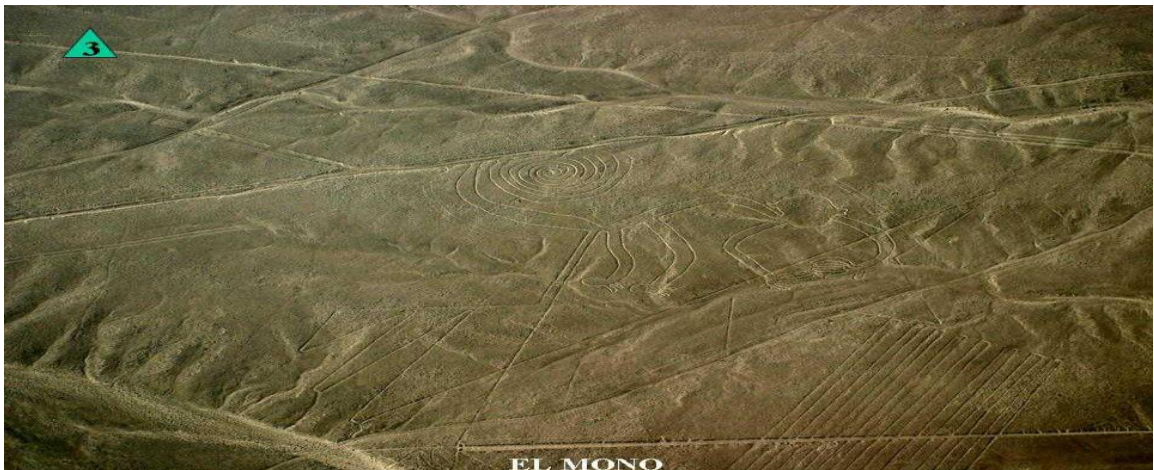
**f.- Lima.**

La capital del Perú, es una gran metrópolis cosmopolita, con más de 7 millones de habitantes, normalmente es la puerta de entrada al Perú. Podrá visitar y conocer su centro histórico con hermosas construcciones coloniales que se honran ser Patrimonio Cultural de la Humanidad; los mejores museos del Perú, algunos centros arqueológicos pre Hispánicos. La gastronomía en Lima ocupa un lugar privilegiado en el mundo, además podrá disfrutar de una gran variedad de shows culturales, folklóricos, centros de diversión, lujosos casinos y casas de juego. También podrá tomar contacto con artesanos de todo el Perú en los Centros Artesanales. En el verano las playas y balnearios ubicados al sur de la ciudad de Lima son recomendables.



### g.- Nazca.

Un lugar único en el mundo, lleno de misterio y misticismo, con maravillosas formas de inmensas figuras y líneas de espectacular perfección. Las Líneas de Nazca son la obra maestra de la civilización Nazca (300 AC - 1000 DC), es un lugar declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.[3] Se recomienda combinar la visita de Nazca con Paracas.



### h.- Paracas.

Un excelente destino ecológico para los amantes de la naturaleza y las aves, uno de los pocos lugares en el mundo que combina la riqueza de su biodiversidad marina al borde de uno de los desiertos más áridos del planeta. La Reserva Nacional de Paracas es Patrimonio Natural de la Humanidad por UNESCO; también ofrece

atractivos histórico-culturales de la civilización Paracas (600 AC - 200 DC). Se recomienda combinar la visita de Paracas con Nazca.



### **i.- Puno.**

Puno está localizado en las alturas de los Andes Sur, a orillas del Titicaca, el lago navegable más alto del mundo habitado por los Uros y pueblos que guardan inalterables sus costumbres ancestrales, en las islas de Taquile y Amantani. Tierra del legendario pueblo Aimara, y la Cultura Tiahuanaco, muchas iglesias coloniales y joyas arquitectónicas. Es la capital folklórica del Perú, con una riqueza de más de 300 danzas autóctonas. Ofrece una excelente alternativa para el turismo arqueológico cultural, de culturas vivas y biodiversidad andina. Se recomienda combinar la visita a Puno con los destinos de Cuzco y Arequipa.



## **j.- Trujillo.**

La Capital de la Primavera, ubicada en la costa norte del Perú, ciudad de la vieja estirpe colonial, su centro histórico cuenta con hermosas casonas e iglesias coloniales. Afamada por sus concursos de Marinera, danza peruana. Se ubica muy cerca de Chan Chan, la capital de la nación Chimú (S. XII), una de las ciudades de barro más grandes del mundo, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por UNESCO. Un excelente destino para el turismo histórico arqueológico. Trujillo y Chiclayo es una buena combinación de visita por su cercanía.

### **2.3 ¿Qué Impacto Genera el Turismo en el Medio?**

La actividad turística tiene lugar en un espacio determinado e inevitablemente genera una serie de conflictos en dicho espacio. En los últimos tiempos el espacio en el que se produce dicha actividad es principalmente el espacio natural. Así como se reconoce los beneficios que genera el turismo, se tiene que analizar los perjuicios que acarrea. El turismo puede afectar negativamente la diversidad biológica y demás recursos naturales, y tener impactos sociales y culturales adversos.

El deterioro de los recursos naturales, tanto de los renovables como de los no renovables es una de las consecuencias directas más significativas del impacto del turismo. Los sitios generalmente preferidos para esta actividad (costas, ríos, lagos y montañas) son ecosistemas frágiles con una gran variedad de especies, cuyo uso intensivo y no sustentable puede producir pérdidas irreversibles (INEI, 2000).

Esto es así debido a que están sometidos a un alto flujo de visitantes. La generación de estos impactos se debe a la acción de los mismos turistas o por los

requerimientos que demanda el desarrollo de la misma actividad. Para Blanco (1998), el nivel de los impactos que producen los visitantes está relacionado directamente con distintas variables:

- Duración de la visita
- Época del año considerada
- Tipología y comportamiento del usuario
- Distribución de los usuarios por el área protegida
- Fragilidad ecológica del ambiente considerado
- Medidas de gestión y restauración que los gestores deciden aplicar.

En términos generales, se puede señalar que los impactos que genera el turismo pueden ser: \* Ecológicos; \* Económicos; \* Sociales; \* Culturales. De manera general, se presenta una aproximación de los impactos generados por el turismo. Es preciso indicar que la sistematización de los impactos que genera la actividad turística constituye el primer paso para atender, también sistemáticamente, las medidas de mitigación correspondientes.

#### **2.4. ¿Qué es el Mercado Turístico?**

La singularidad de los mercados turísticos se relaciona también con las formas de comercialización puesto que, por definición, oferentes y demandantes residen en lugares diferentes y de ahí el papel de los intermediarios (agencias y tour operadores), así como las posibilidades de contacto directo a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Por último, otra de las características de los mercados turísticos es que no pueden entenderse al margen de los recursos de atracción en el destino (monumentos, museos, clima, playas, pistas de esquí, etc.).

El turismo no es un producto que se consume de una vez. Por el contrario, está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos del destino. Por ello se habla del carácter mixto del producto turístico, puesto que está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios. Los turistas no consumen solamente productos característicos del turismo, sino que su gasto puede abarcar prácticamente a la totalidad de las actividades económicas que venden bienes y servicios a los consumidores.

Este carácter multi-producto incorpora complejidad en el análisis del sector, puesto que existen interdependencias entre los oferentes. Así, la regularidad o puntualidad del transporte aéreo afecta positivamente a las empresas de alojamiento; la calidad de la oferta de ocio tiene efectos sobre las empresas de restauración, etc. Es decir, en el sector turístico opera un conjunto amplio de empresas formalmente independientes pero que dependen de forma crucial entre sí, con fuertes relaciones de complementariedad. El consumidor trata de obtener la máxima satisfacción global en su consumo, mientras que cada empresa tiene intereses relativamente particulares en relación al turista, aunque en realidad la satisfacción de su cliente depende del comportamiento de otras empresas.

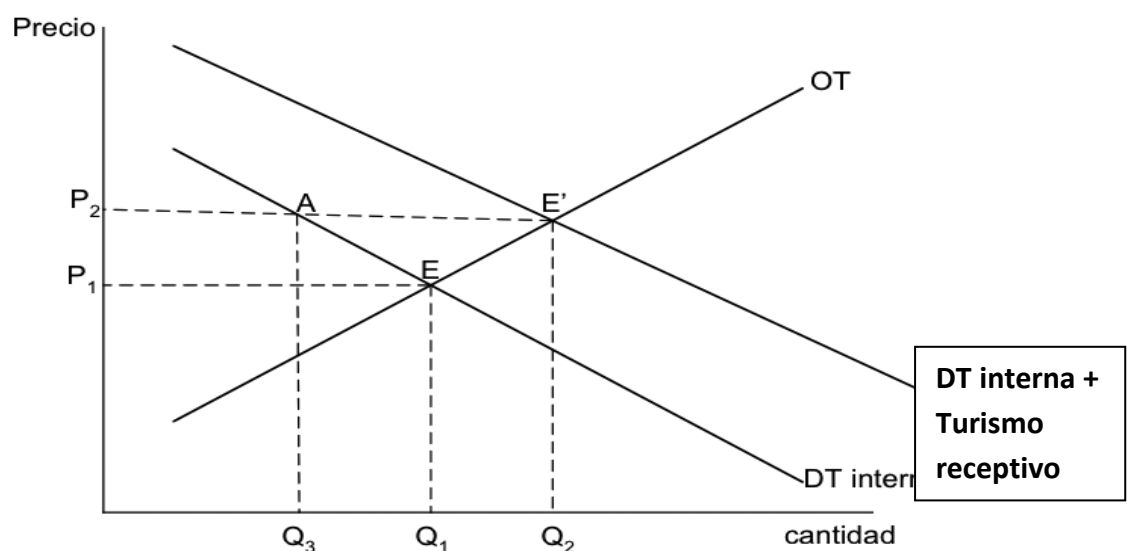
### **2.3.1 La Oferta Turística.**

Supongamos que en la situación inicial en una determinada localidad la demanda turística interna (generada por los propios residentes) puede representarse a través de la curva DT interna. Para este nivel de demanda, el cruce con la oferta determina un equilibrio de mercado en el punto E con una cantidad demandada  $Q_1$  y un precio  $P_1$ . La demanda turística generada por el turismo receptivo se añade a la



anterior hasta formar la curva DT interior. Como consecuencia del turismo interior se alcanza un nuevo equilibrio  $E'$  donde la cantidad demandada y los precios se elevan hasta  $Q_2$  y  $P_2$ , respectivamente. De este modo, bajo el supuesto de la existencia de una oferta que no es perfectamente elástica, el turismo receptor ha elevado el nivel de precios e incrementado la producción turística, pero también ha provocado una disminución en el consumo turístico de los residentes (consumo turístico interno). En el ejemplo gráfico, el consumo turístico de los residentes disminuye desde  $Q_1$  y  $Q_3$ , aunque el consumo turístico total aumenta debido a la aportación del consumo turístico receptor. En general, estos efectos dependen de si la composición del consumo turístico interno y receptor coincide, pudiendo afectar también a los bienes no turísticos (véase gráfico 01).

**Gráfico N° 01 Efecto del turismo receptor**



Fuente: Clarke y Ng (1993)

La oferta turística tiende a establecerse en torno a zonas muy concretas en las que existe algún recurso que ejerce de atracción, sea una playa, una pista de esquí, un centro financiero o comercial o un parque temático. La proximidad al recurso constituye un factor importante que genera una competencia notable entre los inversores. Como consecuencia, los precios de las infraestructuras de alojamiento, restauración, ocio, etc.

en torno a estas zonas se incrementa, dada la escasez de suelo. Este incremento de precios inmobiliarios se produce debido a que se espera que aquellas actividades mejor situadas tengan posibilidad de obtener un margen de beneficio mayor. Lo que en parte sucede es que ese margen de beneficio mayor termina siendo absorbido en parte por el sector inmobiliario lo que genera, a su vez, un incremento de costes y precios.

### **2.3.2 ¿Cómo se Presenta la Oferta Turística para su Comercialización?**

A través del paquete turístico que es la forma integral en que se presenta la oferta turística. Esta herramienta busca facilitar la comercialización organizada del producto turístico y de esta manera facilitar el viaje al turista.

El paquete turístico está compuesto de:

- \* Traslado.
- \* Transporte.
- \* Alojamiento.
- \* Alimentación.
- \* Tour y excursión.

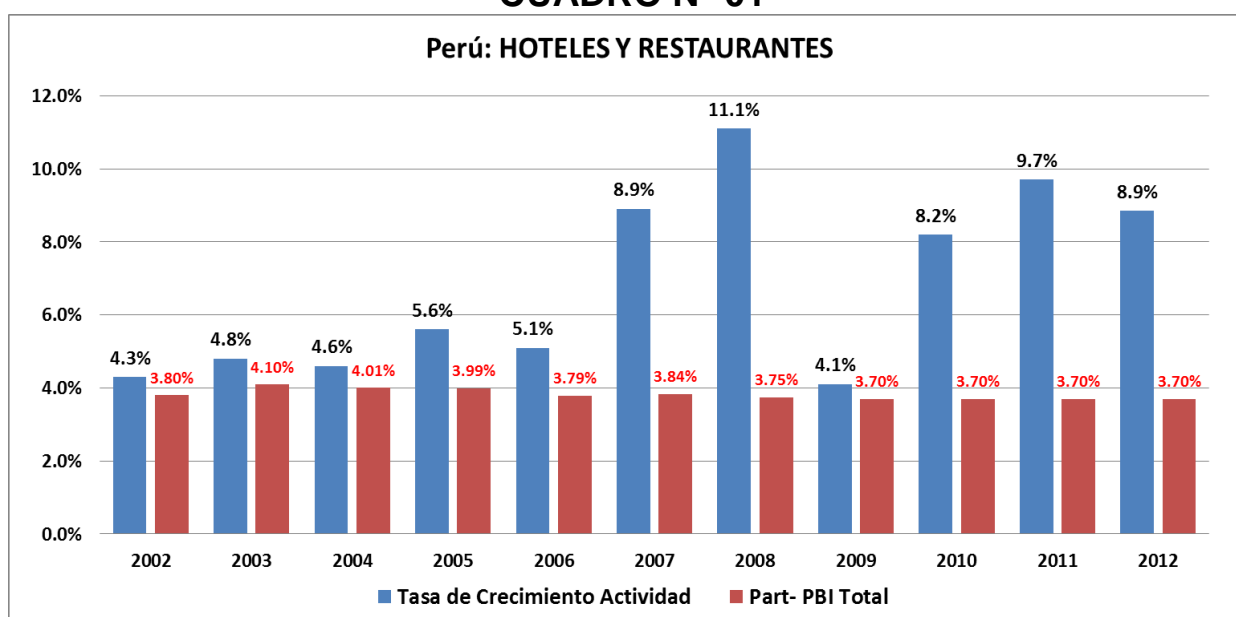
El paquete turístico está integrado por el itinerario, el circuito turístico y el programa. El itinerario. Es la secuencia de lugares a visitar durante los días que dura el programa de viaje. Incluye también las horas de salida y llegada desde o hacia los destinos elegidos. Se suele complementar la información con un circuito que ilustra gráficamente la distancia entre los atractivos.

El circuito turístico. Es la serie de rutas turísticas que vinculan los puntos de atractivo histórico, cultural, arqueológico, ecológico, etc. y los medios de transporte a utilizar. Programa turístico. En él se señala en forma detallada lo que se ofrecerá y las actividades que se desarrollaran durante el viaje día por día indicándose los horarios.

Suele incorporarse algunas reseñas de los lugares a visitar, las actividades a desarrollar, los servicios que incluye, los precios, así como recomendaciones y sugerencias para cada caso. El programa debe ser cumplido estrictamente, si se diera lo contrario, el cliente tiene derecho a reclamar por incumplimiento de contrato.

En los últimos años, las actividades económicas ligadas al turismo han registrado un importante crecimiento, tanto por el aumento del número de visitantes extranjeros como de turistas nacionales. Las riquezas naturales, culturales y gastronómicas, entre otras, continuaron atrayendo la atención de personas de todas partes del mundo; mientras que el mayor dinamismo de la economía peruana ha permitido que la capacidad adquisitiva de nuestros compatriotas se eleve, permitiendo dirigir esos excedentes a diversos sectores, como el de Hoteles y Restaurantes. De acuerdo a cifras del INEI, dicho sector anotó en el 2012 una expansión del 8.85% (el subsector Hoteles avanzó en 8.86% y el de Restaurantes lo hizo en 8.83%), por debajo del 9.66% reportado el año anterior (Cuadro N°01) .

**CUADRO N° 01**



Fuente: INEI  
Elaboración: Tesista

A pesar del menor crecimiento en el 2012 en comparación con el 2011, el sector Hoteles y Restaurantes fue uno de los de mayor fortaleza en el país. En el año de análisis, la mencionada actividad tuvo el tercer mejor desempeño económico, sólo superado por el sector Construcción (15.17%) y el Financiero y Seguros (10.35%). Del mismo modo, en cuanto a la contribución al crecimiento de la producción nacional (la cual fue de 6.29% en el 2012), Hoteles y Restaurantes participó con 0.38 puntos porcentuales (p.p.), por encima de Agropecuario (0.33 p.p.), Financiero y Seguros (0.30 p.p.), Manufactura (0.19 p.p.), y Minería e Hidrocarburos (0.10 p.p.), por mencionar algunos.

El financiamiento dirigido al sector Hoteles y Restaurantes ha sido vital en la expansión de dicha actividad, ya que han permitido satisfacer la creciente demanda, dotando del capital necesario para la apertura de nuevos establecimientos, la remodelación de instalaciones y la adquisición de los bienes e insumos necesarios para el desarrollo del negocio (Figura N° 01). Al cierre del 2012, el saldo de créditos entregados al referido sector por parte de todas las entidades que integran el sistema financiero totalizó US\$ 1,114 millones, registrando un incremento de 19.70% en comparación con el 2011. De ese monto, la banca privada concedió US\$ 858 millones, las Empresas Financieras otorgaron US\$ 73 millones, las Cajas Municipales US\$ 150 millones, las Cajas Rurales US\$ 19 millones, las EDPYMES US\$ 11 millones y las Empresas de Arrendamiento Financiero US\$ 3 millones (Figura N° 02).

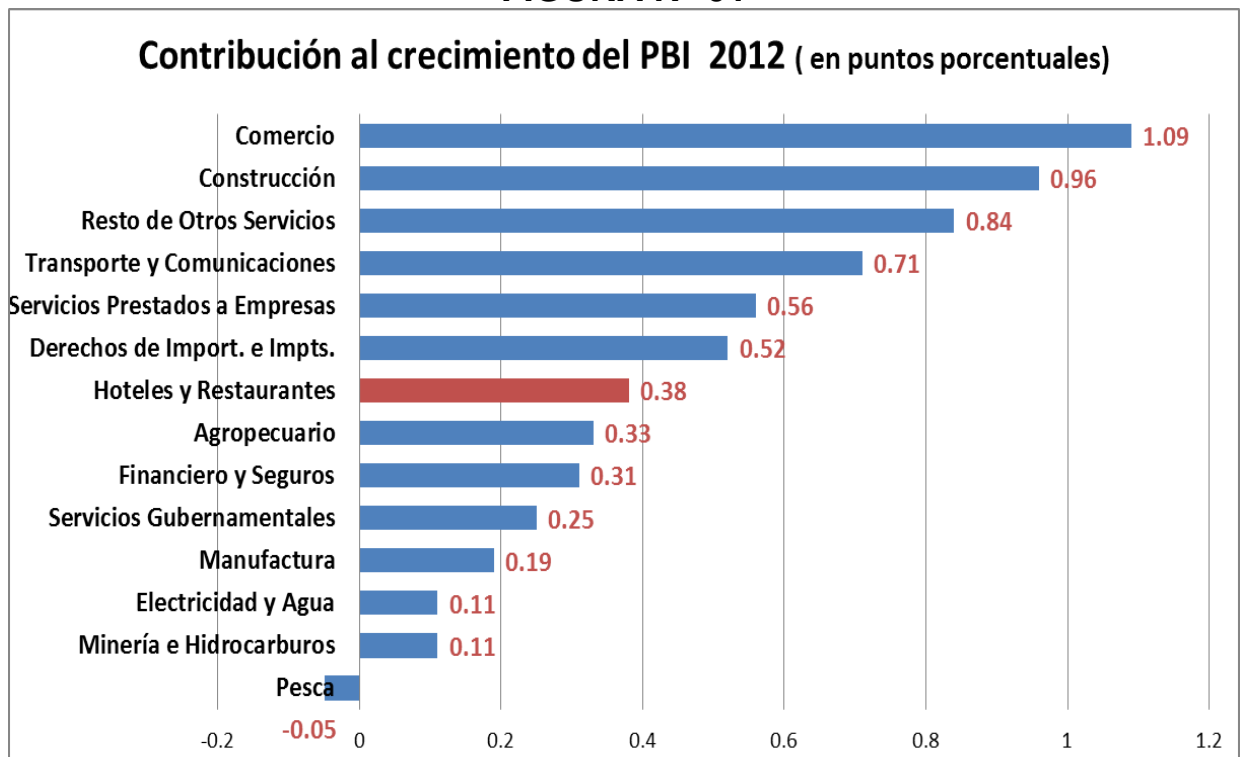
El último Informe Técnico 'Producción Nacional - Noviembre de 2012' publicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) señala que la producción nacional, en noviembre del año pasado, creció en 6,83% respecto a similar periodo del

2011; con lo que acumula 39 meses de continuo crecimiento, explicado por el resultado positivo de la mayoría de sectores.

Dicho documento señala que el sector de Restaurantes y Hoteles alcanzó un crecimiento de 8,31%, sustentado en la mayor actividad de restaurantes en 8,02% y hoteles en 10,06%. Las cifras acumuladas de enero a noviembre del 2012 señalan un crecimiento de este sector de 8,88% (restaurantes 8,89% y hoteles 8,69%).

Cabe señalar que dentro de este sector económico, definido por el INEI, el rubro restaurantes representa el 88% y el rubro hoteles el 12%.

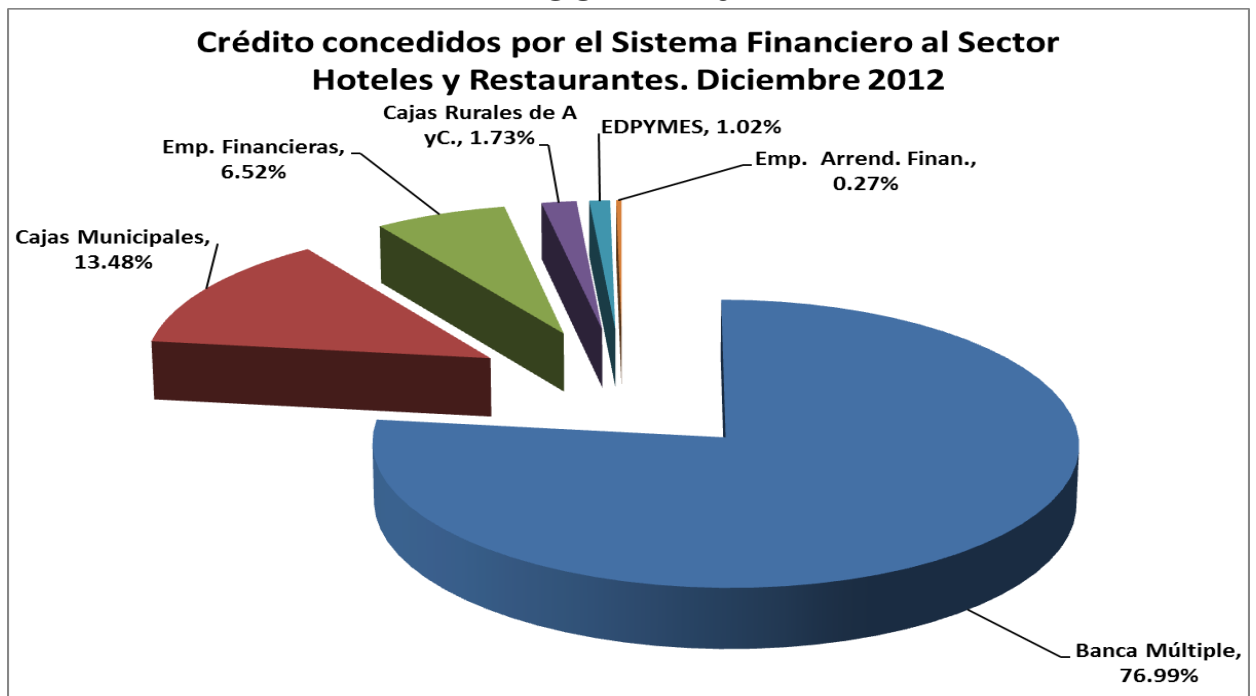
**FIGURA N° 01**



Fuente: INEI  
Elaboración: Tesista



**FIGURA N° 02**



Fuente: INEI  
Elaboración: Tesista

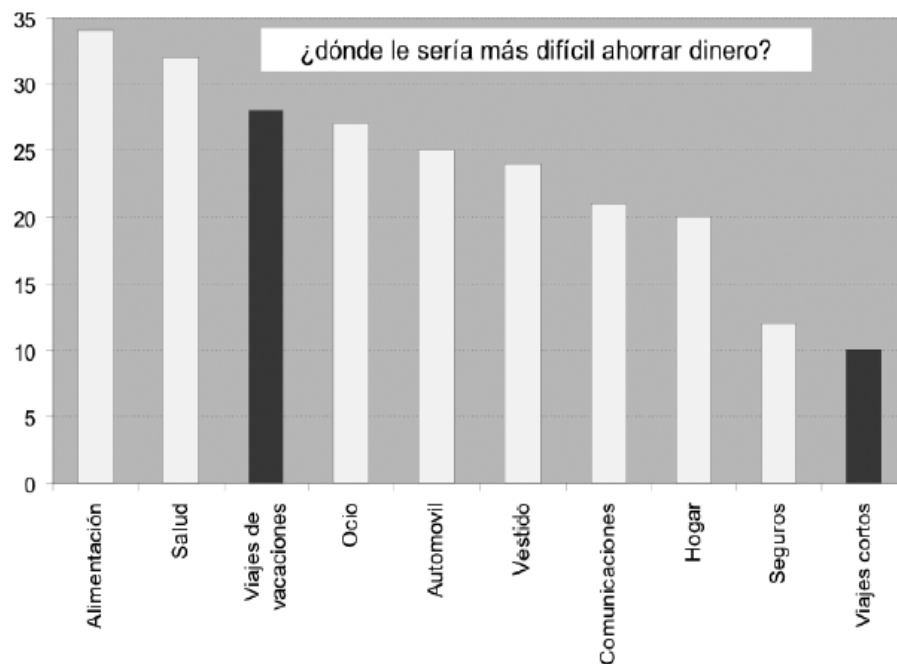
### 6.3.3 ¿A qué Denominamos Demanda Turística?

El deseo de viajar constituye un rasgo característico de las sociedades desarrolladas modernas. La cifra de llegadas turísticas internacionales de la OMT para 2004 ascendió a 763 millones, con una previsión de alcanzar los 1.000 millones en 2010 y más de 1.500 millones en 2020. En estas cifras tienen un papel principal los turistas procedentes de los países desarrollados. Sin embargo, en los últimos años están tomando protagonismo también nuevos países emisores, como es el caso de

China. Lejos de lo que a veces se considera, el turismo **interno** tiene un peso económico aún mayor que el turismo internacional. Los residentes en España, por ejemplo, realizaron 133 millones de viajes turísticos durante 2004, de los que solamente 4,6 millones fueron al extranjero.

En sus etapas iniciales el turismo era considerado como un bien de lujo, vinculado a los grupos sociales más pudientes. Sin embargo, en los países desarrollados se trata cada vez más de un consumo asentado sólidamente entre las decisiones de gasto de la familia media. De este modo, un estudio realizado en Alemania (ver gráfico 1.2) mostraba que los viajes turísticos constituyen uno de los gastos prioritarios de las familias, por detrás de gastos como la alimentación o la salud, pero con prioridad respecto al automóvil, las prendas de vestir o los gastos en el hogar.

**Gráfico 1.2** *Prioridades de consumo en Alemania*



Fuente: FUR. Reiseanalyse 2005

#### **2.3.4. Tipología de la Demanda Turística.**

La demanda turística no debe considerarse de forma agregada, puesto que en realidad se encuentra dividida en numerosos segmentos. Existen numerosas formas de segmentar la demanda turística: los criterios sociodemográficos (edad, profesión, ingresos, etc.), el motivo de la visita (ocio, negocios, visitas a amigos y familiares, etc.), el medio de transporte, el canal de comercialización, criterios geográficos, etc. Sin embargo, este conjunto de criterios de agrupación de los turistas, basados en criterios más o menos objetivos, no tiene en cuenta un aspecto muy relevante: la subjetividad y los valores del turista. Por ello, ha ido adquiriendo una importancia creciente la segmentación psicográfica, es decir, en función de los valores y actitudes de los turistas.

La segmentación psicográfica fue introducida en el turismo por Plog, que diferenciaba dos grupos extremos: los turistas aloecéntricos, es decir, aquellos que buscan lo nuevo, lo diferente y que están dispuestos a aceptar cierto grado de riesgo e incertidumbre, y los turistas psicocéntricos, que buscan lo conocido, lo establecido y la comodidad, en entornos no sujetos a peligros ni contratiempos. En medio y a una distancia variable respecto a estos dos extremos se ubicaría la mayor parte de los turistas. La segmentación del turismo a partir de criterios psicográficos, si bien más compleja, permite acercarse más a las motivaciones puesto que, dada la complejidad de la sociedad actual, dos turistas con las mismas características sociodemográficas (la misma edad, lugar de residencia, situación familiar y profesión, por ejemplo), pueden tener preferencias muy dispares.



## 2.5. Turismo Internacional en el Perú – Turismo Receptivo.

CUADRO N° 02

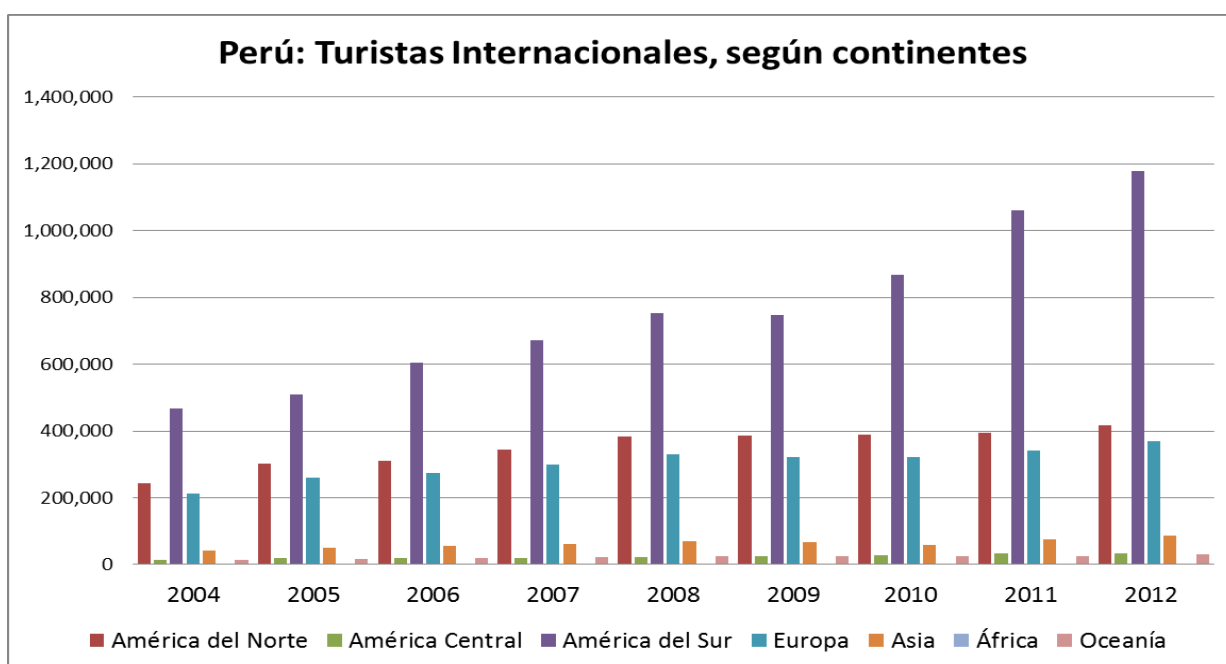
PERÚ: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, SEGÚN CONTINENTES DE RESIDENCIA PERMANENTE									
ENERO - SETIEMBRE, 2004-2012									
País de Residencia	Enero - Setiembre								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
América del Norte	244,508	303,340	309,212	344,853	381,964	387,440	390,255	393,401	416,565
América Central	13,915	18,730	19,839	20,294	23,130	25,449	28,526	33,472	32,641
América del Sur	465,890	509,164	603,825	670,574	752,696	748,208	867,092	1,060,783	1,178,541
Europa	211,296	261,228	274,531	298,892	329,629	322,154	322,604	340,609	369,634
Asia	41,874	49,467	55,742	60,812	68,722	66,049	59,117	74,501	87,458
África	1,841	2,748	2,452	2,772	2,631	2,571	2,835	3,255	3,405
Oceanía	13,643	17,094	19,092	21,487	24,313	26,044	25,271	25,423	30,512
No especificado por la	739	1,076	3,725	1,348	743	766	712	603	825
<b>Total Turistas Internacionales 1/</b>	<b>993,706</b>	<b>1,162,847</b>	<b>1,288,418</b>	<b>1,421,032</b>	<b>1,583,828</b>	<b>1,578,681</b>	<b>1,696,412</b>	<b>1,932,047</b>	<b>2,119,581</b>

1/ Total Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior

Fuente: MININTER-Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)

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

FIGURA N° 03



En el Cuadro N°02 se tiene información por parte de MINCETUR entre los años 2004 al 2012 de la llegada de turistas internacionales al Perú por continentes, la mayor fluidez de turistas son de procedencia de América del Sur, para el año 2004 fue de 465,890 turistas y en el año 2012 fue de 1'178,541 turistas, habiéndose incrementado en 153%.

Del total de turista internacionales que nos visita el 55.6% proceden de América del Sur, el 19.7% proceden de América del Norte, el 17% de Europa y en pocas porcentaje de América del Centro, Asia, África, Oceanía; cabe resaltar el incremento de visitantes que llegaron al Perú fue significativo, el año 2004 fue de 993,706 turistas, para que el año 2012 creció a 2'119,581 turistas esto significa un incremento de 113%, más adelante se analizará con los ingresos que genera el Turismo Receptivo en el Perú y sus repercusiones en los social y económico.

### **2.5.1. Los Quince Primeros Países Generadores de Visitas hacia el Perú.**

Los países generadores de visitas hacia el Perú en el año 2012, por motivos de turismo, está en primer lugar Chile con 803,945, seguido por Estados Unidos con 446,652, como se podrá observar en el Cuadro N° , la procedencia de turistas al Perú es en su mayoría son de países americanos con 2'110,050, y de procedencia europeo llega a 361,839, y de menor procedencia de Asia, Oceanía y África con cantidades bastante menores.

A nivel de países, los más importantes durante el año 2012 fueron: Chile del cual arribaron 33%, en segundo lugar se encuentra Estados Unidos, con una participación del 18% de visitas, Ecuador ocupa el tercer lugar con una

participación del 7%. Argentina participa con el 7% de las visitas internacionales (Cuadro N° 03). Es decir, cuatro países representan más del 64% del turismo receptor y de ellos tres son fronterizos.

En tal 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 emisoras de turistas de interés, especialmente por el elevado nivel cultural de su población, como por su alto poder adquisitivo.

Desde otro punto de vista, se sabe también que los turistas que vienen al Perú en mayor proporción, 56%, se encuentran en un rango de edad que fluctúa entre los 25-44 años de edad, una mayor proporción de ellos son hombres 61% y el 89% del total tienen educación superior universitaria o estudios de post grado. Por otro lado el 65% trabajan en sus países de origen a tiempo completo; sus ingresos anuales en un 77% fluctúan entre los 15.000 y 200.000 dólares. Esto indica que la capacidad de gasto de estos turistas es elevada, lo cual señala que, los ingresos no son una restricción en la decisión de viajar, sino el placer de unas vacaciones, por motivos de estudios, congresos, cursos y simplemente un alto a sus labores de trabajo.

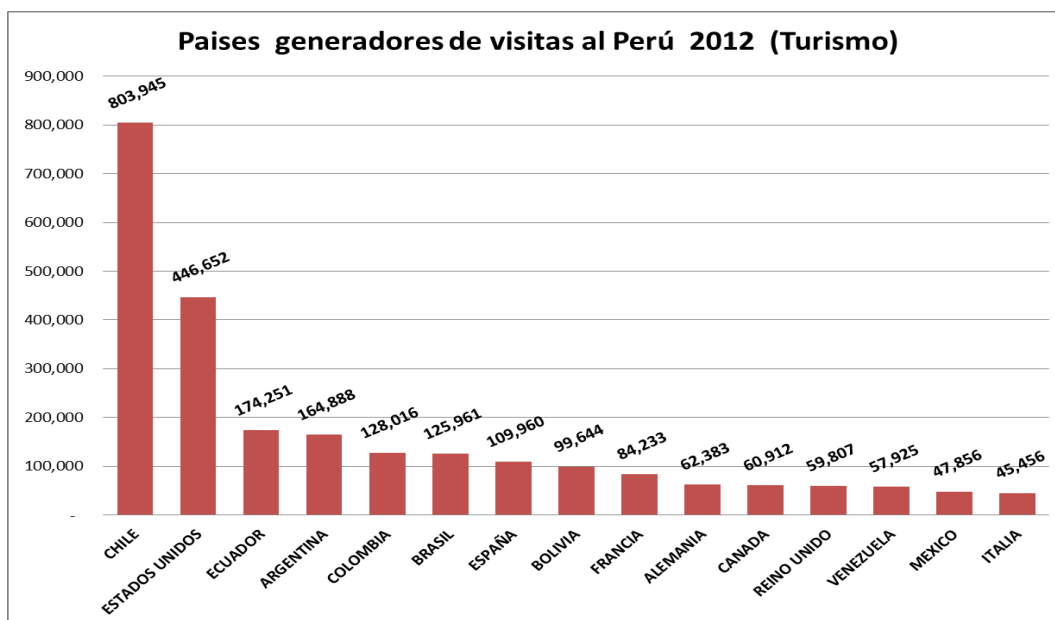
**CUADRO N° 03**

<b>LOS QUINCE PRIMEROS PAISES GENERADORES DE VISITAS HACIA EL PERU</b>	
<b>PAIS</b>	<b>CANTIDAD DE VISITANTES 2012</b>
<b>CHILE</b>	<b>803,945</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>446,652</b>
<b>ECUADOR</b>	<b>174,251</b>
<b>ARGENTINA</b>	<b>164,888</b>
<b>COLOMBIA</b>	<b>128,016</b>

<b>BRASIL</b>	<b>125,961</b>
<b>ESPAÑA</b>	<b>109,960</b>
<b>BALIVIA</b>	<b>99,644</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>84,233</b>
<b>ALEMANIA</b>	<b>62,383</b>
<b>CANADA</b>	<b>60,912</b>
<b>REINO UNIDO</b>	<b>59,807</b>
<b>VENEZUELA</b>	<b>57,925</b>
<b>MEXICO</b>	<b>47,856</b>
<b>ITALIA</b>	<b>45,456</b>

FUENTE: BADATUR DEL OTP, DIGEMIN

**FIGURA N° 04**



Elaboración: El tesista en base del cuadro N° 02

### 2.5.2. El Flujo Turístico en el Perú.

En el Cuadro N° 04 se tiene datos del Flujo turístico receptor y emisor se observa que entre los años 1990 a 1995 y 2002 a 2007 la cantidad de personas que salieron del Perú por motivos diversos entre ellos turismo nacional superó a los turistas extranjeros que llegaron al país, este hecho se puede dar diversas interpretaciones, uno puede ser que los peruanos en esos años tenían mayor poder económico para viajar al extranjero, pero asimismo se puede inducir que en esos años los países de Estados Unidos y Europa demandaban trabajadores y que muchos de los peruanos salían con pretexto de turismo y que quedaban

como ilegales. Una segunda razón podría ser que la política del Perú y los problemas sociales y económicos, como la tasa de cambio, hacía que el Perú sería poco atractivo para los extranjeros. Pero cabe destacar que el incremento tanto de los turistas receptores y emisores se han incrementado significativamente, existiendo mayor movimiento económico y social, como transporte aéreo, marítimo, terrestre, restaurantes, hospedajes y otros servicios complementarios a las actividades del Turismo, generando expansión geométrica tanto en los económico , social y cultural.

El desenvolvimiento del flujo del turismo receptor, pese a los atentados terroristas del 11 de septiembre del año 2001, mostró un flujo de arribos de visitantes, cuya tasa promedio de crecimiento anual para el período 1993-2008 ha sido del 13,52 % y en período 1998-2008 fue del 8,31%; en tanto que las estimaciones del Observatorio Turístico del Perú, de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, para el período 2009-2012, señalan que el mismo experimentó una tasa anual esperada de crecimiento del 6,32%.



La segunda estación importante es a fines de año (entre diciembre y enero), influenciada principalmente por el periodo de verano y vacaciones en países vecinos como Chile, Colombia y Ecuador. Desde 1994, cuando empezó el crecimiento sostenido del turismo receptor, la estacionalidad se ha mantenido. Es posible que las campañas de publicidad se hayan concentrado en promocionar destinos específicos en los períodos antes señalados, lo cual puede ser 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, un reto para el mediano y largo plazo debería ser el 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. Un ejemplo de lo antes expuesto lo tenemos con el Santuario de Machu Picchu, el ingreso de visitantes se incrementó en lo que respecta a los ciudadanos extranjeros en el año 2008 en un 12,39%. La tasa media anual de visitantes a la ciudadela muestra un crecimiento durante el período 1993-2008 del 13,55%. Habiendo recibido durante el año 2008 la cantidad de 858.211 visitantes (nacionales y extranjeros). Es decir un promedio diario de 2.551 personas, considerando los 365 días del año. Factor este que puede poner en riesgo una de las nuevas siete maravillas del mundo.

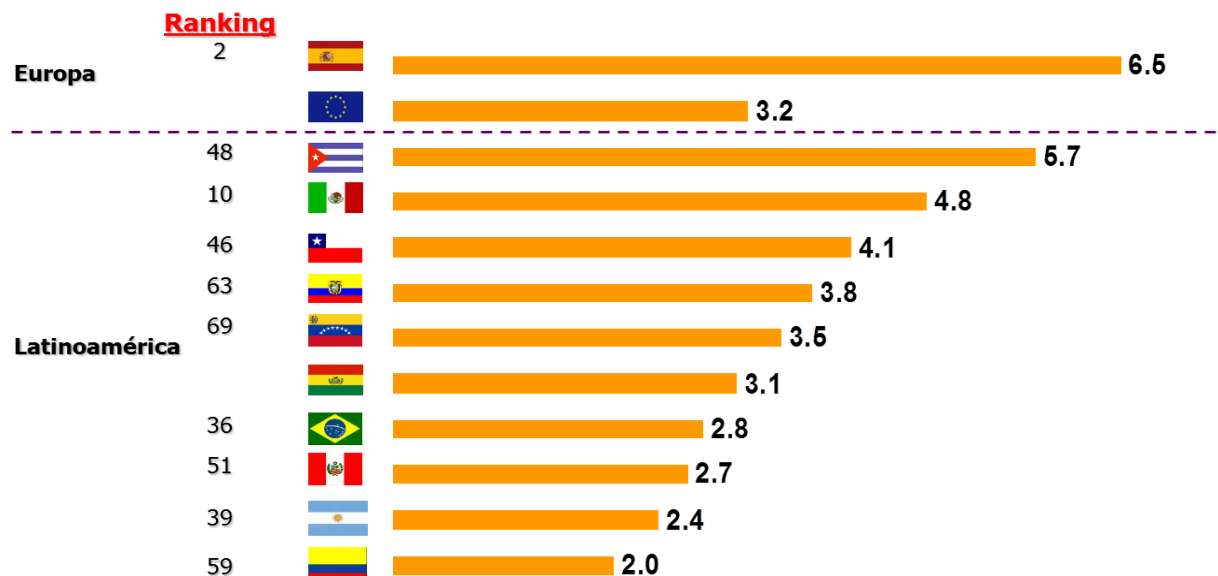
## **2.6. El Gato Público en Turismo.**

La participación activa del sector público, como gasto público en el sector Turismo, apunta a mejorar la calidad de la oferta turística del país a fin de atraer más turistas (Figura N° 05). El Perú, en el puesto 51, invierte solo el 2.7% del gasto en la promoción del sector, es necesario que los gobierno de turno tomen

más interés de proporcionar de infraestructura y dar las políticas para incentivas a la inversión en este sector, asimismo facilitar los trámites administrativos, para que la inversión privada también genere complementariamente infraestructura, restaurantes, hoteles, centros de esparcimiento, artesanía, transporte, etc, que es necesario por la mayor demanda que año tras año tiene el Perú como un lugar de visita para extranjeros y el turismo interno por parte de los nacionales .

El Perú invierte solo el 2.7% del gasto en la promoción del sector; Se refiere a gastos de operaciones hechos por el gobierno sobre servicios asociados con Viajes y Turismo, como la promoción de turismo, servicios de seguridad, administración, servicios de saneamiento en lugares turísticos, etc. Incluye además los gastos vinculados directamente a los visitantes como cultura (e.g museos), recreativos (e.g parque nacional) y cobro de impuestos.

**FIGURA N° 05**  
**Gasto Público\* en el Sector Turismo (% Gasto Total)**



Fuente: WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL 2008, OMT  
Elaboración: Tesista



## 2.7. El Turismo Generador de Empleo.

El turismo genera empleo a través de una amplia gama de servicios y sectores económicos ayudando al desarrollo regional. Se calcula que el sector genera en el mundo unos 67,4 millones de empleos directos, lo cual representa el 2,6% del empleo mundial y si adicionamos el empleo indirecto generado por el sector, esta cifra alcanza los 194,6 millones de empleos, que representa el 7,6% del total del empleo mundial. El turismo es uno de los principales fenómenos económicos y sociales más notables del último siglo. En la segunda mitad del siglo XX creció a un ritmo medio anual de 6,9%, al pasar de 25 millones de llegadas de turistas internacionales en 1950 a 797 millones en el 2010. (Fuente: Estudio sobre la Tendencia de la Demanda Turística Internacional y de los Segmentos Relevantes para el Cluster Turístico del Cusco (2010), Organización Mundial del Turismo. (OMT).

Para medir el empleo, la CST (Certificado para la sostenibilidad Turística - 2010) estimó 251.143 empleos directos generados por las ramas de turismo: 127.121 asalariados y 124.022 no asalariados. La actividad generadora de mayor empleo es la de restaurantes y similares (94.883 donde 26.441 son asalariados y 68.442 son no asalariados). De este modo, si se aplica el multiplicador de 1,81 a la cifra de empleo directo obtenida en la CST, se obtendrá que el total de empleo generado en 2010, incluyendo el empleo indirecto, fue de 454.568.

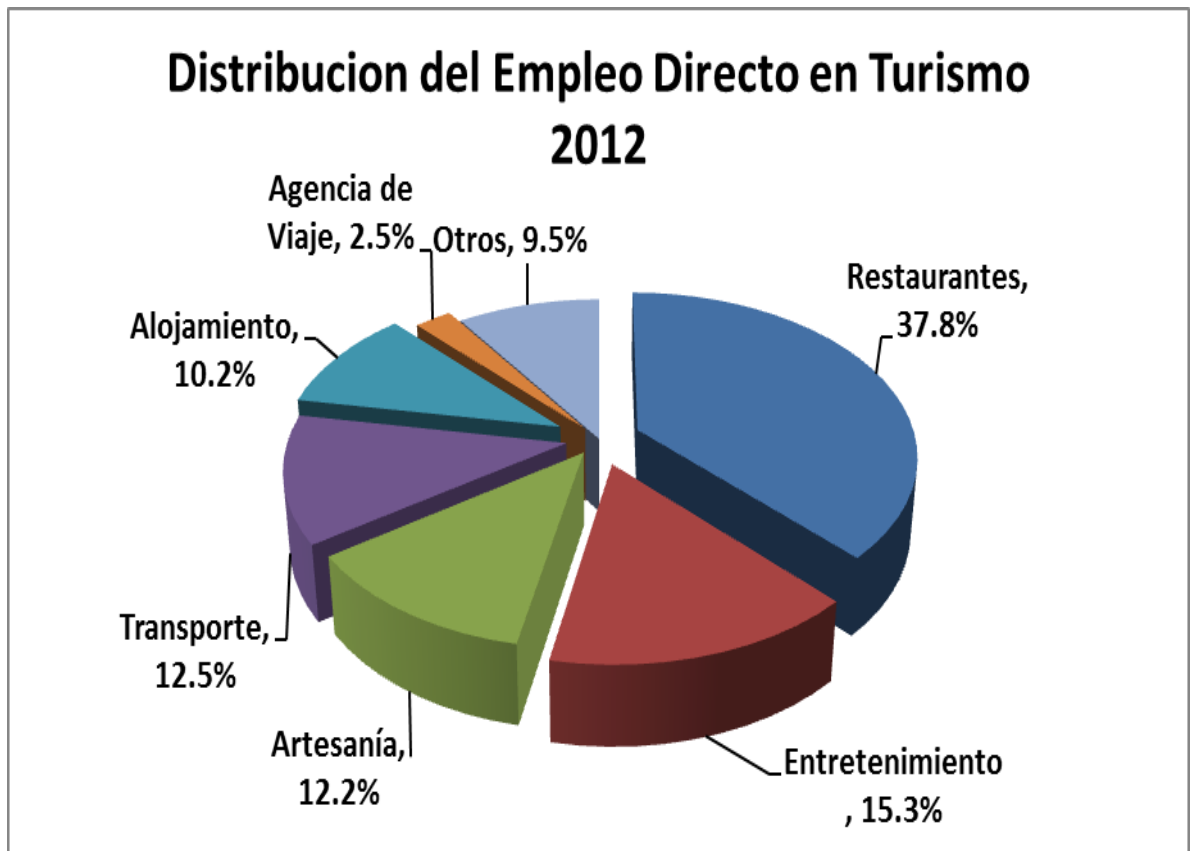
Es necesario señalar que el turismo es un sector altamente intensivo en mano de obra, es decir, un gran generador de empleo. En ese sentido, es correcto cuando el MINCETUR dice que genera hasta el 20% del empleo en el Perú al año, no sólo de manera directa (servicios turísticos) sino de manera indirecta (restaurantes, tiendas de regalos, entre otros) y que incrementó el ingreso de divisas en 20% durante el 2010. No

obstante, resulta incoherente que, siendo tan importante en la creación de empleo e ingresos y redistribución de riqueza, no sea aprovechado adecuadamente.

Según datos del BCRP, el turismo habría aportado, sólo en transporte y viajes, US\$ 4,220 millones de dólares al país en lo que va del presente gobierno, y ha significado aproximadamente el 10% de lo que ha ingresado por exportaciones durante el 2010. Empero, el turismo aún carece de la formalización suficiente para la contabilización de estos ingresos y el Poder Ejecutivo muestra estadísticas oficiales recientes de 2 años que imposibilita el seguimiento del sector y la identificación de oportunidades de desarrollo. Por otro lado, un dólar sub-valuado lo único que genera es un encarecimiento de los costos para el turista extranjero que desea contribuir con el desarrollo de este sector.

En la Figura N° 06 nos muestra la distribución del empleo directo en Turismo en el Perú para el año 2012, siendo la distribución de la siguiente manera: el 37.8% del empleo es generado por los Restaurantes, el 15.3% de empleo es creado por las actividades de entretenimiento turístico, la demanda de empleo en artesanía es de 12.2%, el transporte para turismo generó empleo en 12%, el empleo que generó el servicio de alojamiento fue de 10.2%, las agencias de viaje solo ocupa 2.5% y otros servicios complementarios al turismo ocupa trabajadores el 9.5%.

FIGURA N° 06



Fuente: MINCETUR-OGIE

Elaboración: Tesista

## 2.8. Tamaño del Mercado de Turistas en el Perú.

El legado patrimonial que ha dejado la historia por todo el territorio del Perú es muy rico y abundante. Perú es uno de los países con más patrimonio histórico-cultural del mundo, hecho que está constatado por la UNESCO a través de los muchos bienes declarados Patrimonio de la Humanidad por esta organización internacional. A lo largo de todo el territorio encontramos ciudades, monumentos, paisajes culturales de envidiable valor histórico-cultural y áreas naturales protegidas. Algunas de las razones que muestran al Perú como un destino turístico con enorme potencial se basan en los siguientes hechos:

- El Perú es considerado uno de los siete focos originarios de cultura en el mundo.

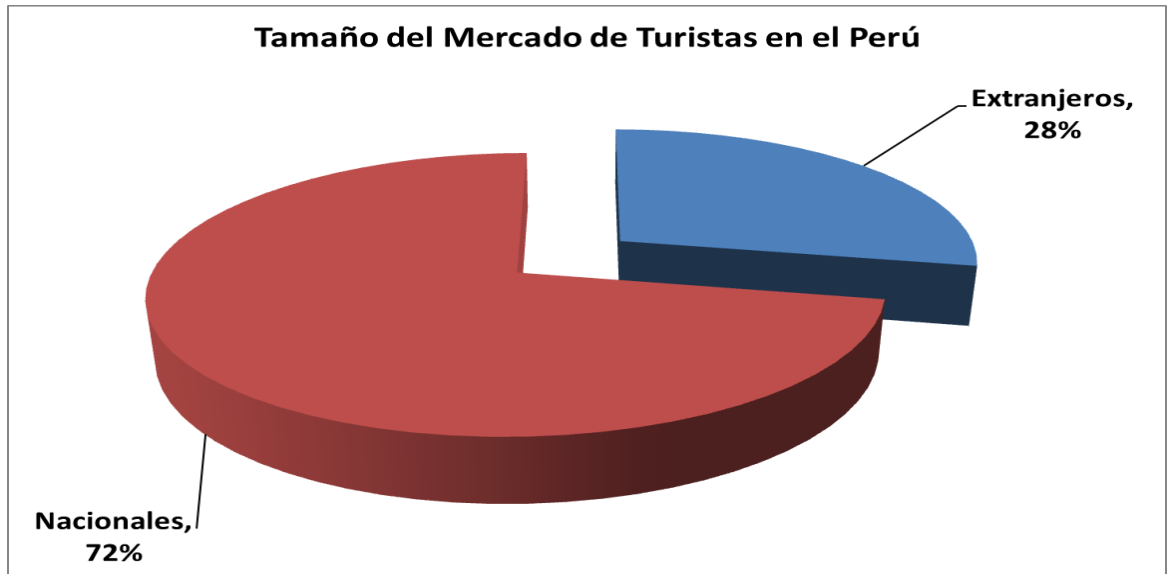
- Existen más de setenta sitios arqueológicos considerados de uso turístico.
- El Perú es uno de los doce países mega diversos.
- El Perú cuenta con lugares aptos para la práctica de deportes de montaña, así como con playas para la práctica de surf.
- El Perú cuenta con once lugares inscritos en la lista de patrimonio de la humanidad UNESCO: Parque Nacional Río Abiseo, Parque Nacional Huascarán, Sitio arqueológico de Chavín, Zona arqueológica de Chan Chan, Centro Histórico de Lima, Santuario Histórico de Machu Picchu, Ciudad del Cusco, Líneas y geoglifos de Nasca y de Pampas de Jumana, Parque Nacional del Manu, Centro Histórico de Arequipa y la isla de Taquile en el Lago Titicaca.

Por estas razones y dado el interés en adecuar la oferta turística, infraestructura y comercio de estos destinos emergentes en verdaderas opciones turísticas de calidad, Perú se debe presentar como un destino diverso y renovado. El patrimonio peruano es único en el mundo y en la medida en que el patrimonio se revalorice se posicionará cada vez más como destino turístico. Sin embargo, la competencia del destino Perú dentro del contexto turístico internacional todavía es muy pequeña. Además, su lejanía frente a los grandes focos emisores condiciona su posición en el mercado respecto a la competencia y a la concurrencia.

Por el lado de la oferta turística, la actividad representó el 3,3% del PBI según la CST (2010). En este sentido, los servicios de alojamiento y alimentación, seguidos por los de transporte, son las actividades que aportan mayor proporción a la producción bruta destinada a los turistas (35,2% y 32,8%, respectivamente) y al PBI turístico (36,7% y 27%, respectivamente), medido por su valor agregado. Si bien el dato es de 2008, todavía se puede afirmar que estas actividades son las más importantes. En

cuanto al sector real, se tiene que los números de establecimientos de hospedaje, habitaciones y plazas-cama crecieron 0,4%, 1,3% y 1,3% en 2010, respectivamente.

**FIGURA N° 07**



Fuente: Tesista en base del MINCETUR

El mercado turístico del Perú está compuesto por turista extranjeros y turistas nacionales o interno, la proporción de turistas nacionales para la presente década fue de aproximadamente 72% de los turistas totales en el país, mientras que el tamaño de turistas extranjeros representó 28%; estos porcentajes nos demuestra que la mayor dinámica turista del Perú corresponde a turistas nacionales quienes pasan sus vacaciones en diferentes lugares de atracción regional o departamental, buscando entretenimiento y esparcimiento con la familia y amigos (Figura N° 07).

## 2.9. Ingreso Turismo Receptor y el Gasto Promedio

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 los ingresos del sector. Es así que los ingresos en el período 1988-1992, mostraron una tasa anual de crecimiento negativo del orden del  $-11,30\%$ . Es en aquellos años que se aplican en el país un conjunto de medidas orientadas a pacificar el país y estabilizarlo económicamente, lo que mejoró sustancialmente la imagen turística del Perú en el exterior. Ello se evidenció en los ingresos de divisas del sector, los mismos que crecieron en el período 1993-2008 en una tasa media anual del  $17,38\%$ . Mientras que en el período 2008-2012 fue del  $14,23\%$

¿Cuánto gastan? Según datos del Banco Central de Reserva del Perú, así como las estimaciones del Observatorio Turístico del Perú, de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, a través de su Banco de datos turísticos, (BADATUR Perú). Los turistas extranjeros que visitan el Perú realizan gastos mayores a otros turistas en otros países de Latinoamérica. El gasto per cápita de los turistas en el país experimentó a partir del año 1990 hasta el 2008, una tasa de crecimiento media anual del  $3,40\%$ . En el año 2008 el gasto per cápita fue de 1,306 dólares y para el año 2012 fue de 1,281 dólares (Cuadro N°05). Según las pautas dictadas por la Organización Mundial del Turismo, los gastos de transporte no incluyen los pasajes internacionales y solos corresponden al traslado hacia los lugares turísticos y la movilidad local. El incremento en el gasto promedio per cápita entendemos que obedece 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 primer semestre del

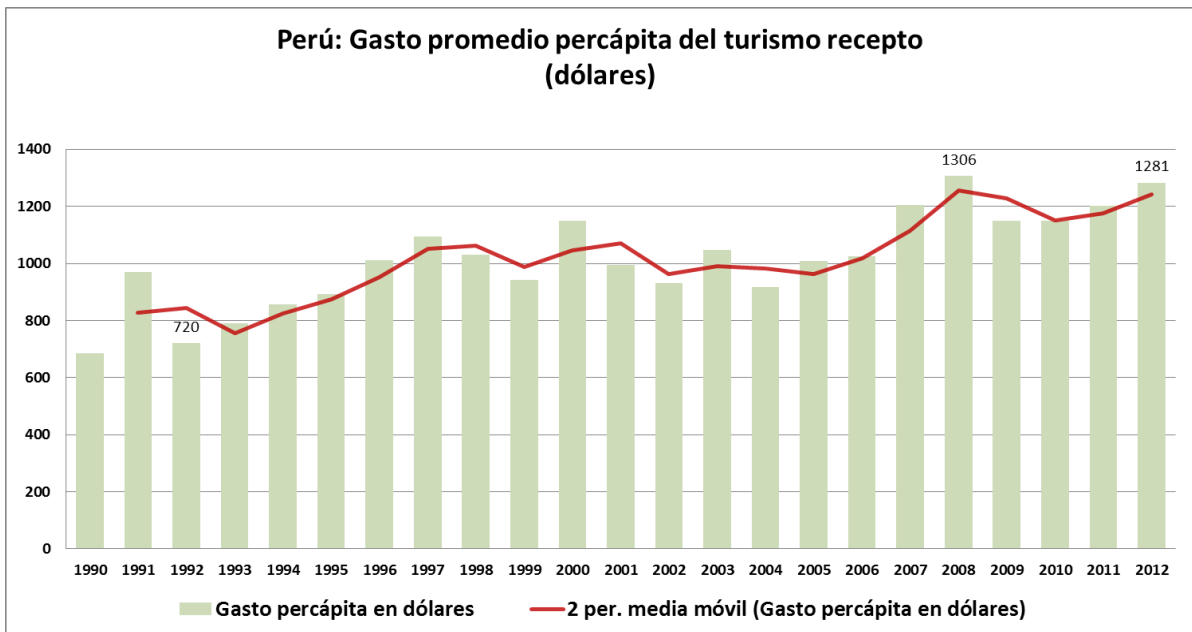
2010. Debe de considerarse en este caso, que gran parte de sus costos operativos son efectuados en nuevos soles (primer semestre del 2010).

3. El país en virtud a las negociaciones y posterior aprobación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, recibió muchos visitantes (hombres de negocios), los mismos que según la Organización Mundial del Turismo debe de ser considerados como turistas. Sabido es que el gasto medio de este tipo de visitantes es superior al turista medio que visita el Perú.
4. Otro factor que no se debe de pasar por alto, es el del efecto demostración: Machu Picchu al haber sido postulado y posteriormente elegido entre las nuevas siete maravillas del mundo, provocó en el mercado turístico mundial un incremento superior a la tendencia incremental de su flujo turístico, factor este que incidió también en el incremento del gasto per cápita. Cabe señalar que el período de permanencia de los turistas en el país es de 13 días. Los principales rubros de gasto, son en restauración, alojamiento y gastos internos de transporte.

### CUADRO N° 05

Perú: Gasto promedio turismo receptor en dólares corrientes			
AÑO	Ingreso Turismo Receptor	Cantidad Turistas	Gasto per cápita en dólares
1990	217,000,000	316,871	685
1991	225,000,000	232,012	970
1992	156,000,000	216,534	720
1993	215,000,000	271,901	791
1994	331,000,000	386,120	857
1995	428,000,000	479,231	893
1996	670,000,000	662,736	1011
1997	816,000,000	746,599	1093
1998	845,000,000	819,530	1031
1999	890,000,000	944,000	943
2000	911,000,000	793,193	1149
2001	788,000,000	792,466	994
2002	801,000,000	859,379	932
2003	923,000,000	881,010	1048
2004	1,142,000,000	1,244,608	918
2005	1,308,000,000	1,296,010	1009
2006	1,383,000,000	1,347,850	1026
2007	1,854,000,000	1,540,107	1204
2008	2,380,000,000	1,822,358	1306
2009	2,015,000,000	1,754,528	1148
2010	2,242,472,508	1,949,976	1150
2011	2,695,000,000	2,242,472	1202
2012	3,240,000,000	2,528,373	1281

Fuente: B.C.R.P. BADATUR -OTP  
Elaboración: Tesista

**FIGURA N° 08**

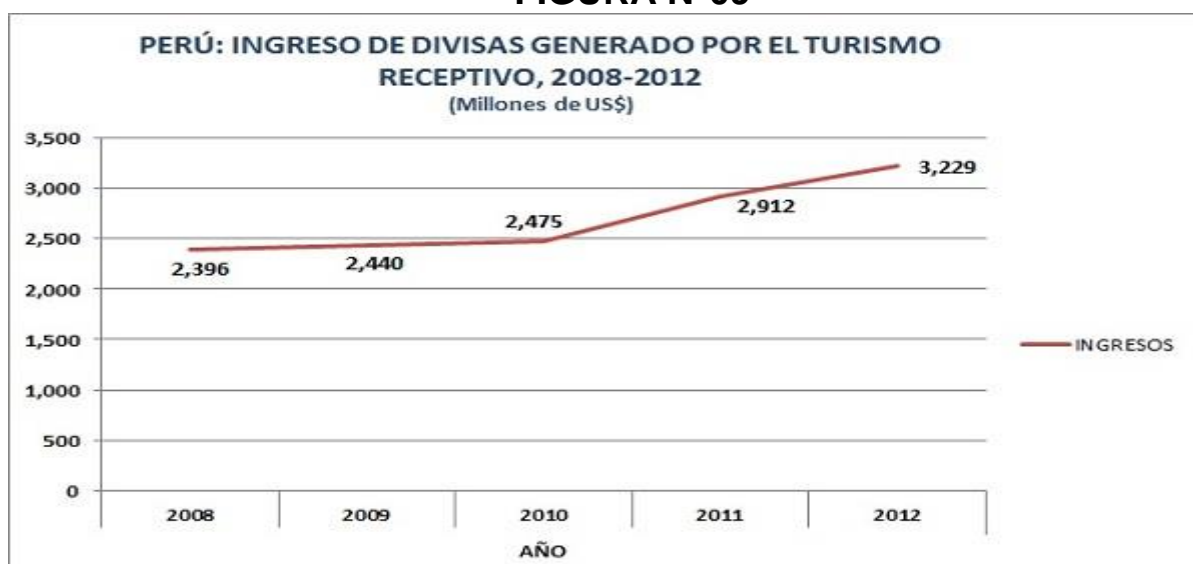
Fuente: Elaboración tesista en base del cuadro N° 04.

En los últimos cinco años el turismo receptivo en el Perú registró un crecimiento de 38.4%, pasando de recibir 2 millones 380 mil turistas internacionales en el año 2008 a 3 millones 240 mil en el 2012, según cifras del ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur).

Este incremento también se ha visto reflejado en la captación anual de divisas producto del turismo receptivo. Así, en los últimos cinco años el ingreso de divisas ha aumentado un 34.8%, al pasar de 2.396 millones de dólares generados en el 2008 a 3.229 millones de dólares en el 2012 (Figura N° 09).

De acuerdo a las cifras oficiales, el nivel de ingresos por turismo receptivo tuvo un incremento de 11% el año pasado en comparación al 2011. Esta tasa de crecimiento es inferior a lo registrado en el período comparativo 2011-2010 cuando alcanzó un 17.6%.



**FIGURA N°09**

Fuente: MINCETUR / Elaboración: Infotur Perú.

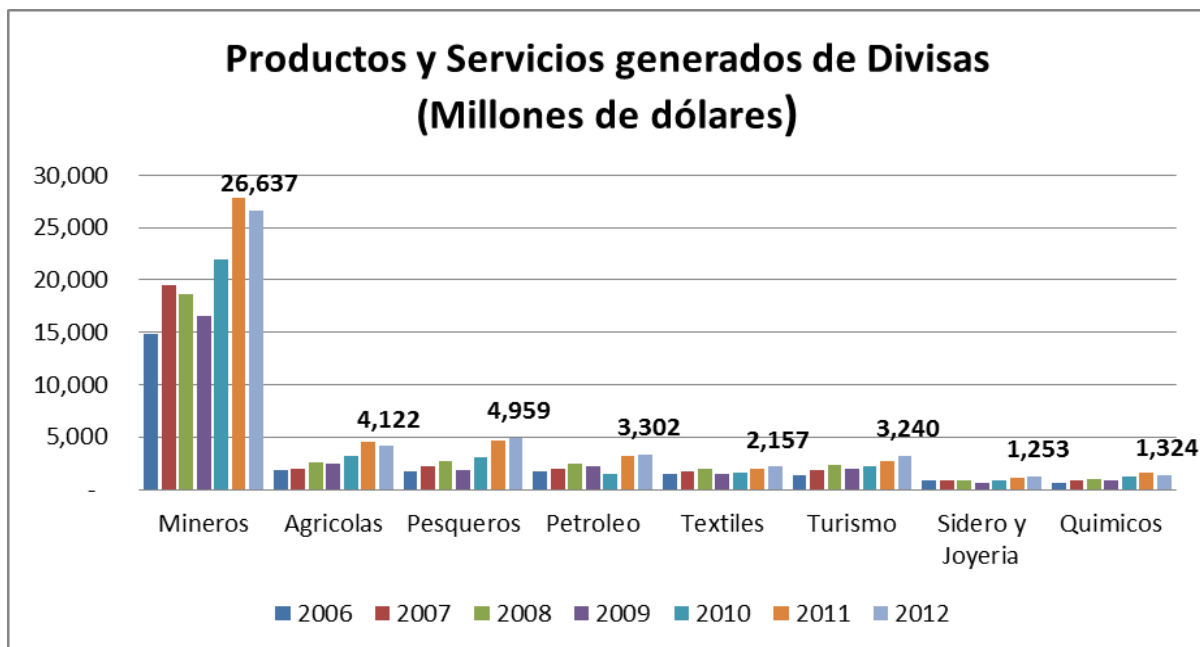
Tradicionalmente se ha sostenido que el sector turismo es el tercer rubro generador de divisas en el país, sin embargo en el año 2012, los productos mineros, petróleo y derivados, agrícolas y agropecuarios, los pesqueros fueron los que generaron mayor cantidad de recursos en términos de dólares; ocupando el turismo receptivo bajo esta clasificación el quinto lugar en los referente a la generación de Divisas.

**CUADRO N°06**

Principales productos y servicios generadores de Divisas (millones de dólares)								
Año	Mineros	Agrícolas	Pesqueros	Petroleo	Textiles	Turismo	Sidero y Joyeria	Quimicos
2006	14,851	1,785	1,763	1,713	1,469	1,383	829	601
2007	19,493	1,963	2,248	1,954	1,730	1,854	907	803
2008	18,656	2,597	2,663	2,413	2,018	2,380	908	1,041
2009	16,508	2,456	1,894	2,200	1,492	2,015	560	837
2010	21,974	3,165	3,088	1,526	1,558	2,242	918	1,223
2011	27,849	4,503	4,704	3,146	1,986	2,695	1,128	1,645
2012	26,637	4,122	4,959	3,302	2,157	3,240	1,253	1,324

Fuente: B.C.R.P. BADATUR -OTP  
Elaboración: Tesista

FIGURA N° 10



Fuente: Tenista en base del cuadro N° 06

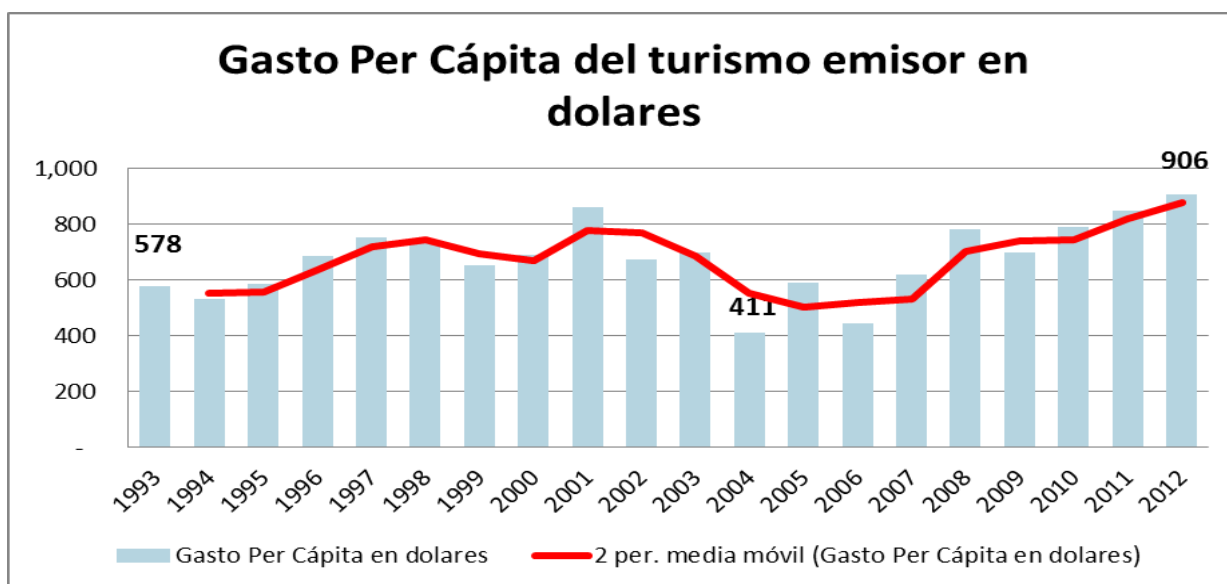
## 2.10. Gasto del Turismo Emisor y su Gasto Promedio

El gasto per cápita del turismo emisor peruano mostró un incremento con respecto al año 2011 del 7,09%. Pensamos que el mismo es atribuible a la apreciación del nuevo sol, con respecto al dólar y al euro. No se debe de descartar las facilidades de crédito de consumo, que el sistema financiero peruano oferta en la economía.

Según el Cuadro N° 07 el turista que sale del país su gasto promedio para el año 1994 fue de US\$530 dólares por persona, en el año 2000 el turista peruano que salió al extranjero su gasto promedio por persona fue de US\$ 690 y en el año 2012 se incrementó a US\$ 906, cifras que si comparamos con el gasto que realiza un turista extranjero en el Perú quien gasta en promedio la suma de US\$ 1,281 dólares por su estadía en el país en el año 2012, nos indica que existe una balanza de divisas favorable para nuestro país, en un promedio de US\$451 dólares per-cápita.

**CUADRO N° 07**

<b>Perú: Gasto percátita del turimo emisor en dólares corrientes</b>			
<b>Años</b>	<b>Egresos Turismo Emisor</b>	<b>Cantidad de Turistas</b>	<b>Gasto Per Cápita en dolares</b>
1993	269,000,000	465,632	578
1994	266,000,000	502,038	530
1995	297,000,000	508,382	584
1996	350,000,000	510,041	686
1997	434,000,000	576,747	752
1998	452,000,000	616,068	734
1999	443,000,000	681,316	650
2000	530,000,000	768,312	690
2001	592,000,000	686,799	862
2002	616,000,000	913,573	674
2003	620,000,000	890,529	696
2004	643,000,000	1,564,221	411
2005	972,000,000	1,642,432	592
2006	756,000,000	1,708,129	443
2007	1,042,000,000	1,682,507	619
2008	1,275,000,000	1,630,290	782
2009	1,081,000,000	1,550,000	697
2010	1,222,625,912	1,547,485	790
2011	1,414,000,000	1,671,284	846
2012	1,635,000,000	1,804,987	906
Fuente: B.C.R.P. BADATUR - OTP			
Elaboración: Tesista			

**FIGURA N° 11**

Fuente: Elaboración del tesista en base del Cuadro N° 06

La Balanza de Bienes y Servicios del sector turismo, la cual es parte de la Balanza en Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos del Perú, alcanzó un superávit

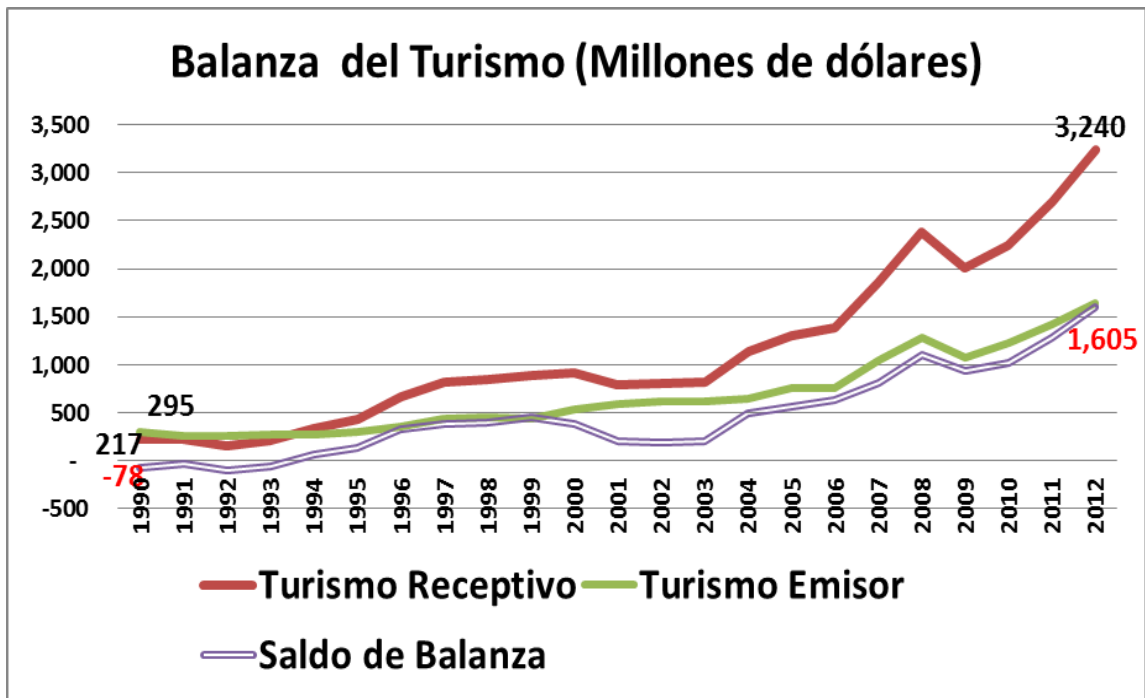
(mayores ingresos del turismo receptor con respecto a los egresos del turismo emisor) en el año 2012, ascendente a 1.605 millones de dólares (Cuadro N° 08). Los factores que se podrían atribuir a dicho resultado, serían los siguientes:

1. La mayor cantidad de visitantes provenientes de la región.
2. La apreciación de la mayoría de las monedas de los países de la región con respecto al dólar.
3. Mayor cantidad de visitantes por razones de negocios, gracias a los resultados económicos que viene presentando el país.

Es menester señalar que el superávit de la Balanza de Bienes y Servicios del sector turismo comenzó a generarse a partir del año 1994

<b>CUADRO N° 08</b>			
<b>Perú. Balanza de Bienes y Servicios del Sector Turismo (Millones de dólares)</b>			
<b>Año</b>	<b>Turismo Receptivo</b>	<b>Turismo Emisor</b>	<b>Saldo de Balanza</b>
1990	217	295	-78
1991	225	263	-38
1992	156	255	-99
1993	215	269	-54
1994	331	266	65
1995	428	297	131
1996	671	350	321
1997	816	434	382
1998	845	452	393
1999	890	443	447
2000	911	530	381
2001	788	592	196
2002	801	616	185
2003	823	620	203
2004	1,142	643	499
2005	1,308	752	556
2006	1,383	756	627
2007	1,854	1,042	812
2008	2,380	1,275	1,105
2009	2,015	1,081	934
2010	2,242	1,223	1,019
2011	2,695	1,414	1,281
2012	3,240	1,635	1,605
<b>Fuente: B.C.R.P. BADSATUR</b>			
<b>Elaboración: Tesista</b>			

FIGURA N° 12



Fuente: Elaboración del tenista en base del cuadro N° 07

### 2.11. Inversión Extranjera en el Sector Turismo.

La inversión extranjera, ha experimentó un crecimiento medio anual durante el período 2000 - 2010 del 6,60%. Esta tasa de crecimiento ha sido sumamente importante para el crecimiento del PIB peruano. En el año 2010, la misma se recuperó, como consecuencia mejor desempeño económico de la economía peruana. La inversión extranjera en el sector turismo en el período 2000-2010 ha mostrado una tasa de crecimiento media anual del 9,73%.

Del 100% de la inversión extranjera en el Perú (Figura N°13), el sector comunicaciones era donde venían invirtiendo el mayor porcentaje alrededor del 30% anual, pero en el año 2010 la minería comienza a recibir las mayores inversiones con 23.3% y de comunicaciones baja al 18.2%. En el cuadro N° 09 también se puede observar que las inversiones extranjeras en el Perú entre los años 2000 al 2012 se han duplicado de 10,935.34 Millones de dólares a 20,781 millones de dólares, esto es

debido que en el Perú existe una estabilidad política y social, y además que nuestras materias primas tiene una cotización de precios internacionales bastante altos en comparación a los años 90s.

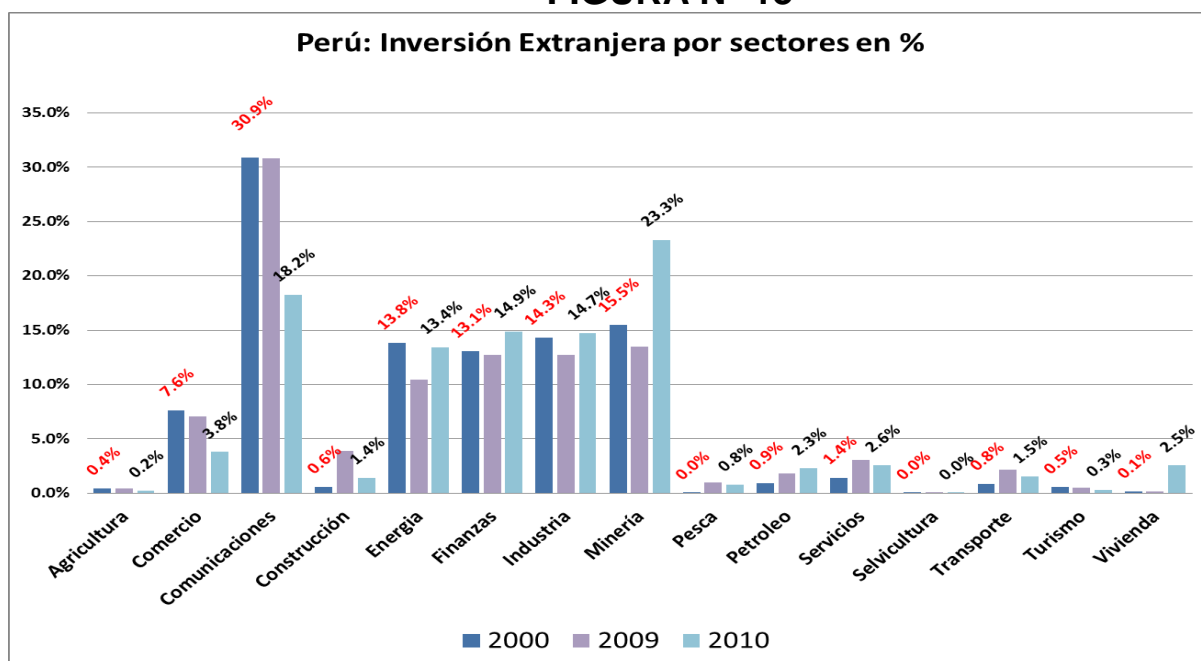
La inversión en el sector turismo hasta el momento no es muy significativa, solo es de 0.4% en promedio anual, pero cuando se analiza la inversión en la construcción de Hoteles, restaurantes y otros servicios complementarios al turismo es bastante significativo habiendo llegado en el año 2009 a 3.9%

La inversión extranjera en el sector turismo en el período 1990-2010 ha mostrado una tasa de crecimiento media anual del 9,73%; en el año 1990 fue de 10'000,000 de dólares para que en el año 2010 llegara a una inversión extranjera de 66'500,000 dólares según el Cuadro N° 10.

### CUADRO N° 09

<b>Perú: Inversión extranjera por sectores 2000 - 2010 (millones de dólares)</b>						
<b>Sector</b>	<b>2000</b>	<b>2003</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Agricultura</b>	<b>44.40</b>	<b>44.40</b>	<b>44.40</b>	<b>44.40</b>	<b>55.01</b>	<b>45.01</b>
<b>Comercio</b>	<b>835.20</b>	<b>849.73</b>	<b>604.20</b>	<b>905.00</b>	<b>980.00</b>	<b>787.00</b>
<b>Comunicaciones</b>	<b>3,379.17</b>	<b>3,723.75</b>	<b>4,974.80</b>	<b>5,200.00</b>	<b>4,290.00</b>	<b>3,789.00</b>
<b>Construcción</b>	<b>60.23</b>	<b>80.63</b>	<b>121.60</b>	<b>151.30</b>	<b>543.90</b>	<b>296.00</b>
<b>Energía</b>	<b>1,513.69</b>	<b>1,612.62</b>	<b>1,650.40</b>	<b>1,949.40</b>	<b>1,456.00</b>	<b>2,788.00</b>
<b>Finanzas</b>	<b>1,430.62</b>	<b>1,716.47</b>	<b>1,865.10</b>	<b>1,920.00</b>	<b>1,765.00</b>	<b>3,093.00</b>
<b>Industria</b>	<b>1,561.80</b>	<b>1,865.53</b>	<b>2,302.60</b>	<b>2,543.70</b>	<b>1,765.00</b>	<b>3,060.00</b>
<b>Minería</b>	<b>1,690.18</b>	<b>1,699.00</b>	<b>2,882.20</b>	<b>2,880.60</b>	<b>1,875.00</b>	<b>4,846.00</b>
<b>Pesca</b>	<b>0.55</b>	<b>0.55</b>	<b>129.50</b>	<b>130.87</b>	<b>132.00</b>	<b>163.00</b>
<b>Petroleo</b>	<b>97.93</b>	<b>97.93</b>	<b>207.90</b>	<b>246.89</b>	<b>247.70</b>	<b>472.00</b>
<b>Servicios</b>	<b>155.69</b>	<b>446.62</b>	<b>265.70</b>	<b>376.00</b>	<b>420.00</b>	<b>532.00</b>
<b>Selvicultura</b>	<b>1.24</b>	<b>1.24</b>	<b>1.20</b>	<b>1.29</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>
<b>Transporte</b>	<b>92.83</b>	<b>313.89</b>	<b>313.40</b>	<b>319.76</b>	<b>298.00</b>	<b>317.00</b>
<b>Turismo</b>	<b>58.37</b>	<b>62.10</b>	<b>62.10</b>	<b>62.10</b>	<b>65.50</b>	<b>64.00</b>
<b>Vivienda</b>	<b>13.44</b>	<b>14.70</b>	<b>16.71</b>	<b>18.70</b>	<b>17.00</b>	<b>528.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10,935.34</b>	<b>12,529.16</b>	<b>15,441.81</b>	<b>16,750.01</b>	<b>13,911.11</b>	<b>20,781.01</b>
Fuente: PROINVERSIÓN. BADATUR -OTP						
Elaboración: Tesista						

FIGURA N° 13



Fuente: Elaboración del Tenista

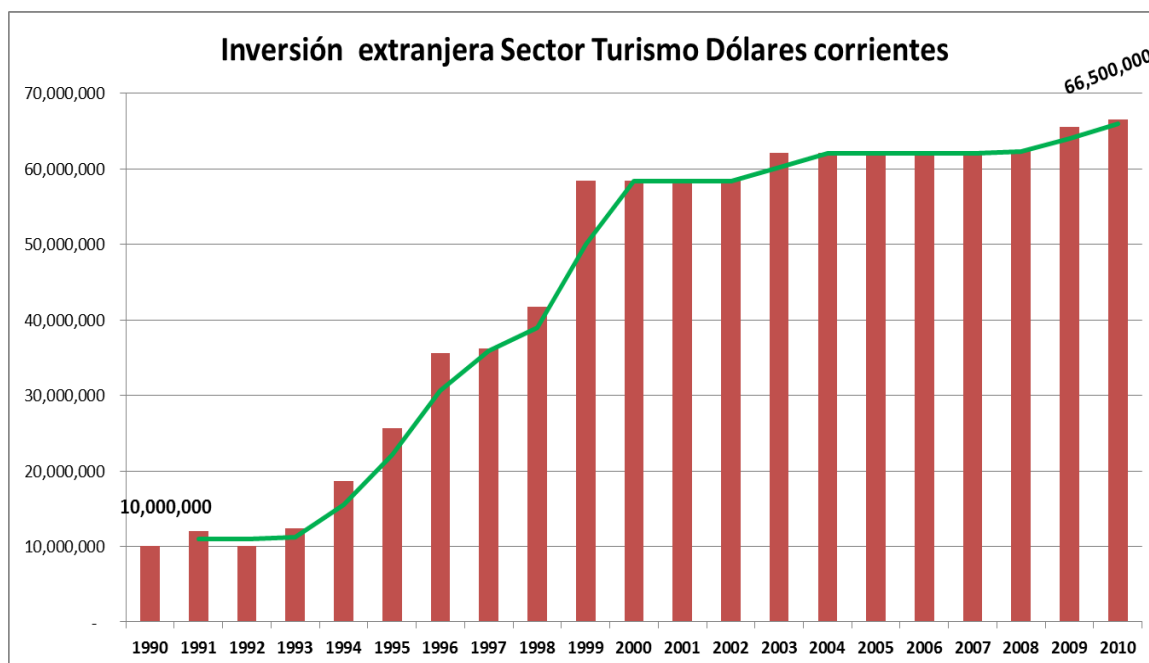
CUADRO N° 10

<b>Perú: Inversión directa extranjera en el sector Turismo</b>	
<b>AÑO</b>	<b>Inversión extranjera Sector Turismo Dólares corrientes</b>
<b>1990</b>	<b>10,000,000</b>
<b>1991</b>	<b>12,000,000</b>
<b>1992</b>	<b>10,000,000</b>
<b>1993</b>	<b>12,429,000</b>
<b>1994</b>	<b>18,630,000</b>
<b>1995</b>	<b>25,640,000</b>
<b>1996</b>	<b>35,640,000</b>
<b>1997</b>	<b>36,200,000</b>
<b>1998</b>	<b>41,760,000</b>
<b>1999</b>	<b>58,370,000</b>
<b>2000</b>	<b>58,370,000</b>
<b>2001</b>	<b>58,370,000</b>
<b>2002</b>	<b>58,370,000</b>
<b>2003</b>	<b>62,100,000</b>
<b>2004</b>	<b>62,100,000</b>
<b>2005</b>	<b>62,100,000</b>
<b>2006</b>	<b>62,100,000</b>
<b>2007</b>	<b>62,100,000</b>
<b>2008</b>	<b>62,500,000</b>
<b>2009</b>	<b>65,500,000</b>
<b>2010</b>	<b>66,500,000</b>

Fuente: PROINVERSIÓN. BADATUR -OTP

Elaboración: Tesista

FIGURA N° 14



Fuente: Elaboración del Tesista

### 2.12.1. Impacto Económico Generado por el Turismo

“El Perú, capta actualmente alrededor del 4% del turismo internacional en América Latina y el 0.13% a nivel mundial. Si se mantuvieran esas proporciones, solo por efectos de crecimiento del turismo mundial se llegaría a recibir unos 3.4 millones de turistas hacia el año 2015. A esto habría que adicionarse los esfuerzos realizados por las empresas e instituciones vinculadas al turismo del país.”

Por otro lado, en relación al turismo con impacto en la economía, según publicaciones del Ministerio de comercio exterior y turismo (2012) afirma que:

“La oferta turística, la actividad representó el 3,3% del PBI según la CST. En este sentido, los servicios de alojamiento y alimentación, seguidos por los de transporte, son las actividades que aportan mayor proporción a la producción bruta destinada a los turistas (35,2% y 32,8%, respectivamente) y al PBI turístico (36,7% y 27%, respectivamente), medido por su valor agregado. Si bien el dato es de 2010,



todavía se puede afirmar que estas actividades son las más importantes. En cuanto al sector real, se tiene que los números de establecimientos de hospedaje, habitaciones y plazas-cama crecieron 0,4%, 1,3% y 1,3% en 2007, respectivamente.”

Por ello, vemos que cada vez nuestra oferta turística va creciendo cada vez más a consecuencia de los ingresos que son generados por la frecuente visita de un sin número de turistas hacia el país. Vemos que cada vez, en la actualidad, hay mayores inversiones que se vienen dando por pequeñas y medianas empresas que quieren enfocar su mercado hacia el turismo, para así brindar una mayor variedad de servicio de mejor calidad. Debido a esto nuestro mercado se ve que presenta mejores perspectivas hacia el futuro en consecuencia del turismo, ya que hay más inversionistas que consecuentemente hace que nuestro mercado sea más competitivo, algo que es beneficioso para los turistas porque así pueden disfrutar de una amplia variedad de servicios a los mejores precios; y por parte de nuestro país evita que entremos en mercados monopólicos y oligopólicos.

Según Oscar Tinoco (2003, p.53.) Afirma que las ventajas económicas del turismo son: “Infraestructura física (aeropuertos, carreteras, complejos hoteleros, etc.); Generación de empleos (directo, indirecto); Generación de divisas; Incremento y perfeccionamiento de la artesanía nacional; Incremento del número de personas bilingües; Tecnología avanzada en la comunicación (cable, teléfono, etc.)” Esto nos traerá como beneficio que nuestro país se desarrolle de manera sostenible, además que así podremos contar con mejores comodidades para los ciudadanos ya que mejoraría la infraestructura del país.

El turismo cuenta con la capacidad de poder generar beneficios económicos que deben estar acompañados de políticas que brinden solidez al crecimiento turístico. En la actualidad el Perú cuenta con instituciones de apoyo, el instituto nacional de la cultura INC, como impulsor del desarrollo turístico, una institución sólida. Es necesario contar con instituciones que impulsen al turismo a un mejor desarrollo. El estado debe destinar mayor presupuesto para beneficio del Perú. Es necesario fortalecer las relaciones interinstitucional del INC y diversas organizaciones para ejecutar mejor los programas establecidos que brindaran mejoras al turismo. El Perú cuenta con diversos lugares turísticos, en costa, sierra y selva pero por descuido del gobierno de turno, no llega a implementar programas capaces de darle el giro. Consideramos que es de importancia un estado que fomente el crecimiento económico en el rubro turístico.

### **2.12.2. Impacto Sociocultural Generado por el Turismo**

Ceultied (s.f. párr..13) afirma que: “El turismo pone en contacto a diferentes culturas: la local o receptora con la foránea o emisora. Esto supone un intercambio de pautas de conducta, formas de vida, hábitos de diversa índole (gastronómicos, lingüísticos, estéticos,...). Este efecto, aunque positivo en ocasiones, puede llegar a ser perjudicial para la población autóctona, ya que pueden perder su identidad al intentar adaptarse a los gustos y tradiciones del visitante.”.

En la zona turística, las consecuencias derivan de la introducción desde fuera de una nueva realidad sociocultural a la cual tanto la población indígena como su sistema social tienen que adaptarse. La primera adaptación consiste en desarrollar una clase encargada de tratar a los forasteros. Esto se refleja en la estructura laboral local en una expansión de los servicios. Los turistas han de ser transportados, alojados, ayudados en muchos problemas que surgen y hay que proveerles de actividades recreativas.

Estas consecuencias primarias del turismo irán acompañadas a menudo de conflictos psicológicos y sociales. Según Ceultield (s.f, párr.14).

Como vemos el turismo también trae algunas repercusiones, ya que al contar con más turistas trae como consecuencia un mayor uso de nuestros recursos naturales, según la OMT (2005, párr. 4), afirma que en muchos países el turismo "ha sufrido la falta de apoyo político y popular, porque a menudo se ha minusvalorado su verdadera significación económica", al plantearlo principalmente como una actividad de consumo.

En consecuencia de lo dicho anteriormente por la Organización mundial del turismo (OMT) pensamos que el gobierno debería implementar sanciones más drásticas para aquellos que irresponsablemente hagan mal uso de los recursos del país, ya que no queremos un turismo que sólo se dé por un periodo de tiempo, sino queremos que este vaya creciendo responsablemente, ya que si no cuidamos hoy lo que tenemos, más adelante nos traerá grandes pérdidas económicas que podrían ser difíciles de subsanar.

Hemos visto la importancia que el turismo trae para la economía en nuestro país, el desarrollo económico en diversas regiones de nuestro país; en las zonas rurales y urbanas, por eso la importancia que debemos tomar para atender bien al turista para que pueda recomendar en su país para que venga al Perú.

### **6.12.3. El Turismo en el Perú – 2012**

- Los efectos positivos macroeconómicos del turismo receptivo en la economía.

a) El primer efecto que se observa es el incremento del ingreso nacional, vale decir en el producto bruto interno. Según BADATUR, teniendo en cuenta el cambio del año base del PBI (1994), la participación del sector turismo en el producto nacional se estima para el año 2012 en 7,45%; por lo que el PIB del sector turismo para el año 2012 fue de 8.801 millones de nuevos soles; cifra bastante interesante para la economía si consideramos que el mismo es un amplio generador de mano de obra.

b) El segundo efecto es de que el turismo es un generador de empleo que para el año 2012 contribuyo en la creación de puestos de trabajo en 6.8% del empleo total en el Perú.

c) El tercer efecto lo vemos en la participación del turismo receptor en el total de nuestras exportaciones y en el aporte del mismo en el cierre de la brecha de la Balanza Comercial Peruana la cual hasta el año 2012 fue de 2,222 millones de dólares que representa el 8% de la exportaciones total del país; así mismo es el turismo receptor se ha convertido en un ente generador de divisas. Siendo la quinta actividad generadora de divisas del país en el 2012, considerando exportaciones tradicionales y no tradicionales.

c) Un cuarto efecto es que existe un interés bastante significativo en la inversión de capital hacia el sector turismo, que para el año 2012 se destinó 2,401 millones de dólares que representa el 10% del total de inversión en el Perú

FIGURA N° 15



Fuente: Elaboración del tesista en base de MINCETUR

### 2.3. Marco Conceptual.

Para tener un conocimiento más preciso de los conceptos usados con mayor frecuencia en la presente investigación, es conveniente introducir las definiciones siguientes:

**Actividad Económica**, es el proceso de clasificación de las actividades económicas que realizan las empresas según los diversos campos de producción o servicio.

**Capital**. Equipo y estructura utilizados para producir bienes y servicios

**Capital Humano**. Conocimientos y cualificaciones que adquieren los trabajadores por medio de la educación, la formación y la experiencia.

**Desarrollo**. Es un proceso permanente de cambio, tanto cualitativo como cuantitativo en el orden económico, político, social y cultural que permite crecientes posibilidades para la realización plena e integral de la persona humana y la sociedad en su conjunto.

**Desarrollo Sostenible.** Es el desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas

**Consumo.** Gastos de los hogares en bienes y servicios, con la excepción de las compras de nueva vivienda.

**Crecimiento Económico.** Expansión del PBI potencial de una zona geográfica determinada (región, país, conjunto de países...)

**Gobierno.** El gobierno es la unidad económica que representa al Estado y al sector público. El gobierno es el encargado de dirigir la actividad económica, el cual le permite cobrar tributos y prever bienes y servicios a los demás participantes de la economía, así como influir en la distribución de la riqueza.

**Empleo.** Por lo general se considera al empleo como la no utilización de la mano de obra disponible o de su utilización por debajo de estándares o normas previamente adoptadas. Es decir, se acostumbra a definirlo en negativo, por la falta de empleos y/o de empleos adecuados.

**Exportaciones.** Bienes producidos en el interior y vendidos en el exterior.

**Fondo de Inversión.** Institución que vende participaciones al público y utiliza los ingresos para comprar una cartera de acciones y bonos.

**Inversión.** Es el incremento al capital real de la sociedad, como el ahorro, ello resulta de una abstención del consumo inmediato en relación con el ingreso generado en el periodo.

**Factores Productivos.-** Recursos empleados en el proceso productivo como son: orden, técnicas, rutinas.

**Producción.-** Es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir para consumirlos y satisfacer sus necesidades. El proceso de producción se lleva a cabo en las empresas, las cuales se encuentran integradas

en ramas productivas y estas en sectores económicos.

**Rendimiento.-** Hace referencia a la actividad que necesita llevar a cabo una unidad (sea individual, un equipo, una sección) de una organización para lograr un resultado deseado.

**Tecnología.-** Síntesis de técnicas conocidas eficientes. Combinación específica de factores productivos (orden, técnicas, rutinas).

**Comercialización.-** Dar a un producto en condiciones y organización comercial para su venta.

## **CAPÍTULO III.**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1 Tipo de Investigación**

El tipo de investigación con el que se trabajo fue básica, no experimental o ex post facto, aplicada, porque no habrá ningún tipo de manipulación de la variable dependiente; es decir se estudiará las variables tal como encontramos en la realidad.

##### **3.1.2. Nivel de Investigación**

La investigación se realizó dentro del nivel descriptivo y explicativo, considerando el análisis de inducción y deducción de variables a considerar.

#### **3.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.2.1 Diseño Metodológico de Investigación.**

La investigación fue de tipo **no experimental** y adoptar un **diseño longitudinal de tendencia**, el cual consiste en recolectar datos secundarios sobre la actividad de turística en el Perú que es receptiva, interna y emisor analizando entre los años 1990 al 2012 que nos ha



permitido estudiar los cambios a través del tiempo de las variables y sus relaciones.

A partir de este análisis se estableció un conjunto de relaciones de causalidad entre las variables, mediante la técnica de la estadística y la correlación.

### **3.2.2. Universo, Población y Muestra.**

Como universo y población de la investigación se tomó el flujo turístico del Perú con el resto del mundo, así mismo el flujo turístico interno del país, y como muestra las actividades económicas, sociales y culturales en el Perú relacionadas con el turismo en el periodo de investigación del 1990 al 2012; y dentro de esta se investigó las variables relacionadas con el integración regionales.

### **3.2.3. Métodos de Investigación**

En la presente investigación se utilizó el método inductivo y deductivo el cual ha consistido en pasar de lo particular a lo general y viceversa, como el análisis y la síntesis; es decir, lo que se hizo en este estudio fue describir y analizar la relación de un conjunto de variables inherentes al turismo internacional y nacional inversión pública y privada en infraestructural y cómo se han correlacionado con la integración regional con el mundo, necesarios para demostrar la hipótesis.

### **3.2.4. Técnicas de Acopio o Recopilación de Datos**

**Estadística:** Esta técnica nos permitió la recopilación, ordenación, sistematización y procesamiento de datos; así como la determinación de los indicadores, y la presentación de los datos secundarios convertidos en información estadística para la comprobación de las hipótesis. Como instrumentos para la recolección de datos en la parte descriptiva de la

tesis se utilizó los cuadros estadísticos y gráficos del comportamiento de las variables estudiadas; mientras que en la parte analítica y explicativa se aplicó las tablas y gráficos resultantes de las comparaciones entre ellas estadísticamente.

**Análisis Documental:** La aplicación de esta técnica ha consistido en acumular, analizar y resumir, en forma muy selectiva e inteligente, un conjunto de textos, artículos de revistas, estudios de organismos oficiales y otros documentos sobre el tema materia de investigación. Los instrumentos utilizados en este trabajo de investigación fueron las fichas bibliográficas y hemerográficas, resúmenes, fotocopias, recortes de revistas y periódicos, etc. Las principales fuentes de datos secundarios fueron el Ministerio de Industria y turismo, Cuentas Nacionales del INEI, y los archivos electrónicos.

## CONCLUSIONES

1. Actualmente el turismo constituye una de las actividades con mayor crecimiento y futuro en la economía peruana, pues representa ingresos por más de 2,222 millones de dólares (8% de las exportaciones). Con la información, el país ha sido visitado por más de 2.5 millón de turistas el año 2012, casi el doble de hace ocho años atrás.
2. El turismo es un factor clave para la descentralización y la atracción de divisas extranjeras y por consiguiente reduce el desempleo además de generar nuevas oportunidades para una mejor integración entre las ciudades de un mismo departamento.
3. El turismo ha producido un aumento en la enseñanza en diversos campos ya sea en hotelería, administración de turismo, gastronomía entre otros. Existen diferentes tipos de turismo que se realizan en nuestro país entre ellos se considera al más difundido: turismo gastronómico.
4. Machu Picchu al haber sido postulado y posteriormente elegido entre las nuevas siete maravillas del mundo, provocó en el mercado turístico mundial un incremento superior a la tendencia incremental de su flujo turístico, factor este que incidió también en el incremento del gasto per cápita. Cabe señalar que el período de permanencia de los turistas en el país es de 7 días. Los principales rubros de gasto, son en restauración, alojamiento y gastos internos de transporte.
5. Uno de los más importantes factores que sustentó la gran expansión del Turismo peruano se debe a un gran esfuerzo desarrollado durante los diez primeros años de este siglo basado en la priorización del Turismo.

6. Hoy en día, el turista de negocios está alternando cada vez más el trabajo con el placer, buscando espacios para socializar, así como confort y estatus, lo cual es una oportunidad para fomentar un mayor consumo de actividades turísticas durante su viaje de negocio y motivar los viajes por placer en un futuro.

## RECOMENDACIONES

1. El Estado debe de tener mucho cuidado en lo referente a la estabilidad de las políticas económicas en general y en particular a los incentivos técnicos hacia este sector del turismo, no sólo por ser un rubro generador de divisas, sino por la capacidad generadora de mano de obra que el mismo implica directa e indirecta.
2. Nuestra oferta turística en un 92% es de naturaleza Histórico- Cultural. No es menos cierto que el país gozó de ventajas comparativas en este tipo de turismo; pero hoy en día muchos países con similares características al tipo de turismo peruano han ampliado su abanico de oferta turística, combinando este tipo de turismo, con otros como el de aventura, el recreacional, el eco turismo y otros. Por lo tanto el Perú debe de seguir estos ejemplos ya que en el mediano plazo se puede encontrar con ingratas sorpresas.
3. Se debe de tener presente, que en una economía moderna, las ventajas comparativas en lo relacionado con el turismo, no siempre se han obtenido por herencia. Es necesario promover el turismo recreacional, al de aventura y muchos otros, que poniendo al servicio de la industria turística la aplicación de tecnologías de punta, existen países que han logrado convertir regiones de sus territorios en verdaderos paraísos turísticos, consiguiendo ventajas competitivas difíciles de superar.
4. Si bien se han encontrado muchos restos arqueológicos, el Estado Peruano debe otorgar un mayor financiamiento al INC para que cumpla un mejor funcionamiento; ya sea hallando nuevos restos arqueológicos y manteniéndolos, contrarrestando de esta manera a los llamados "huaqueros", como también para incrementar la demanda.

5. El Turismo genera un buen porcentaje del PBI, por ende, se recomienda que sea promocionado eficazmente en el ámbito publicitario. El Estado Peruano debe invertir en infraestructura para que los destinos turísticos tengan un mayor atractivo hacia el visitante.
  
6. Un requisito fundamental para el desarrollo del Turismo es la creación de un plan de Seguridad Nacional en las carreteras y en las regiones, tomando en cuenta una serie de medidas eficaces. Debe haber una mayor capacitación a los pobladores, para que así la descentralización tenga un mayor efecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- MORAN F., José: El desarrollo personal, clave del éxito en la actividad turística y hotelería. Cenfotur, Lima, 1997
- CANATUR: De la crisis al desarrollo sostenible del turismo - CANATUR: Lima, 1997
- PROM PERÚ: Perú Mágico - Prom Perú: Lima, 1997
- PÉREZ de las Heras, Mónica: La guía del ecoturismo: o cómo conservar la naturaleza a través del turismo - Edit. Mundi-Prensa: Madrid, 1999
- KHATCHIKIAN, Migue: Historia del turismo 2000 -Universidad San Martín de Porres: Lima, 2000
- TALAVERA Rospigliosi, Jorge: 30 años de turismo en el Perú: la crónica del turismo en el Perú narrada por sus propios protagonistas - CANATUR: Lima, 2003
- PROM PERÚ: El rol de Prom Perú en Turismo: estrategias y acciones - Prom Perú: Lima, 1998
- ASENCIÓN Ugarte, Félix: Turismo sostenible en el Perú: planificación, gestión y desarrollo - URP: Lima, 2005
- MENDOZA Artega Elida Luz: Turismo competitivo en Arequipa - Lima: PUCP, CENTRUM Centro de Negocios, 2007
- ASCENCION, Ugarte, Félix Turismo en el Perú: Planificación, Gestión y Desarrollo - Edit.: DESA S.A. - 289 Pg. PERÚ, 2005.
- THEMA EQUIPO: Atlas y Geografía del Perú - EDITORIAL S.A.- Editorial: Lexus - 80 Pg. España 1999.
- ALVA, Miguel, Walter: Geografía general del Perú - Edit.: San Marcos - 514 Pg. Lima - Perú ,2007
- HUAYÓN, Dallorto, José: Turismo en el Nuevo Milenio. 2001 WWW.go2 peru.com/spa/Chiclayo-Travel.htmBarro, R. (1990).A Government Spending in a SimpleModel of Endogenous Growth.. Journal of Political Economy. 98: 103-125.
- Bengoa, M. y B. Sánchez-Robles (2001). Crecimiento Económico y De- igualdad en los Países Latinoamericanos. La Nueva Agenda de America Latina. No 790 (Febrero .Marzo).
- González de Olarte, E. (1988). Economías regionales del Perú. 3ra. Edición. Serie Análisis Económico No 6. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- CEPAL (2007): Comisión Económica para América Latina. Informe del 24 de abril

Cortez, Rafael (2003): Salud, Equidad y Pobreza en el Perú. Teorías y Nuevas Evidencias Universidad el Pacifico. Lima. 1ª ed. Lima, noviembre

Conchas Sequeiroa, Luis (2000): Teorías del Desarrollo Económico. Fondo Editorial Garcilaso de la Vega

Galarza Contreras, Elsa (2004): Economía de los Recursos Naturales, Centro de Investigación de la Universidad el Pacifico. 1ª ed. Lima: mayo.

Jones I, Charles (2000): Introducción al Crecimiento Económico, 2ª ed. España: McGRAW-HILL.

Parodi Trece, Carlos (2005): Perú 1960-2000: política económica y social en entornos cambiantes, Centro de Investigación de la Universidad el Pacifico. 1ª ed. Lima: mayo.

*Roberto Urrunaga y Carlos Aparicio* Infraestructura y crecimiento económico en el Perú Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES)/ Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

### **Internet:**

PROMPERU Sitio web oficial de Promoción de Turismo del Gobierno del Perú.

CARETUR TACNA Cámara Regional de Turismo de Tacna.

MINCETUR Inventario oficial de recursos turísticos del Perú.

COPESCO Plan COPESCO nacional.

SERNANP Página oficial de Áreas Naturales Protegidas - ANP.

Página oficial del Museo Tumbas Reales de Sipán

Página de la Sala Museo Oro del Perú

Lugares Turísticos del Perú.

<http://inei.gob.pe>

<http://sbss.gob.pe>

<http://www.onu.org.pe/upload/-informe> 2004

<http://mef.gob.pe>

<http://bcr.gob.pe>



# **ANEXOS**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “INFRAESTRUCTURA VIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL PERÚ - 2012”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	TÉCNICAS DE ACOPIO DE DATOS
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿En qué medida el sector turismo en el Perú ha impactado en lo económico, social y cultural entre los años 1990 – 2012”?</p> <p><b>Problemas específicos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la relación existente entre la variable Producto Bruto Interno y el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú?</li> <li>• ¿Cuál es el impacto que ha generado el Flujo Turístico Internacional y nacional en el Perú?</li> <li>• ¿En qué medida el Flujo Turístico internacional y nacional influye en el contexto social y cultural del país?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Analizar y verificar en qué medida el sector turismo en el Perú ha impactado en lo económico, social y cultural entre los años 1990 – 2012.</p> <p><b>Objetivos Específicos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación existente entre la variable Producto Bruto Interno y el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú.</li> <li>• Analizar el impacto que ha generado el Flujo Turístico Internacional y nacional en el Perú.</li> <li>• Analizar y verificar el impacto dejado por el Flujo Turístico internacional y nacional en el contexto social y cultural del país.</li> </ul>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>El sector turismo en el Perú tiene y tendrá un impacto significativo en lo económico, social y cultural del país.</p> <p><b>Hipótesis Específicas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una relación significativa entre la variable Producto Bruto Interno y el Flujo Turístico Internacional hacia el Perú.</li> <li>• Existe un impacto positivo que ha generado el Flujo Turístico Internacional y nacional en el Perú.</li> <li>• El impacto generado por el Flujo Turístico internacional y nacional en el contexto social y cultural del país es significativo.</li> </ul>	<p><b><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Turismo interno: El de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país.</b></li> <li>- <b>Turismo receptor: El que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado.</b></li> <li>- <b>Turismo emisor: El de los residentes del país dado que viajan a otro país..</b></li> </ul> <p><b><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Producto Bruto Interno.</b></li> <li>- <b>Crecimiento de los sectores económicos.</b></li> <li>- <b>Cambios sociales y culturales de los pueblos</b></li> </ul>	<p>Observación (opc)</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas y observaciones</p> <p>Observación</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Grupo de opinión</p>

**PERÚ: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA PERMANENTE  
ENERO - SETIEMBRE, 2004-2012**

País de Residencia	Enero - Setiembre									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
<b>América del Norte</b>	<b>244,508</b>	<b>303,340</b>	<b>309,212</b>	<b>344,853</b>	<b>381,964</b>	<b>387,440</b>	<b>390,255</b>	<b>393,401</b>	<b>416,565</b>	
EE.UU	207,862	256,234	255,754	290,622	321,477	327,988	323,920	317,461	334,989	
Canadá	18,824	25,614	30,788	31,789	37,795	40,847	39,307	42,716	45,684	
México	17,822	21,492	22,670	22,442	22,692	18,605	27,028	33,224	35,892	
<b>América Central</b>	<b>13,915</b>	<b>18,730</b>	<b>19,839</b>	<b>20,294</b>	<b>23,130</b>	<b>25,449</b>	<b>28,526</b>	<b>33,472</b>	<b>32,641</b>	
Panamá	2,568	5,424	6,112	4,503	5,042	6,252	7,633	8,099	9,441	
Costa Rica	3,526	4,280	3,873	4,637	5,821	5,288	6,129	6,684	6,593	
El Salvador	1,215	1,431	1,689	1,901	2,074	1,862	1,904	3,469	4,052	
Cuba	881	1,238	1,585	1,836	2,384	3,695	3,660	3,081	2,886	
Guatemala	1,404	1,621	1,661	1,764	2,117	1,963	1,926	2,449	2,449	
Rep.Dominicana	872	1,503	1,678	1,672	2,231	2,956	2,868	2,389	2,079	
Otros América Central	3,449	3,233	3,241	3,981	3,461	3,433	4,406	7,301	5,141	
<b>América del Sur</b>	<b>465,890</b>	<b>509,164</b>	<b>603,825</b>	<b>670,574</b>	<b>752,696</b>	<b>748,208</b>	<b>867,092</b>	<b>1,060,783</b>	<b>1,178,541</b>	
Chile	224,210	243,676	309,534	343,528	382,006	335,313	432,820	556,330	602,959	
Ecuador	85,833	77,843	84,588	90,035	97,099	100,158	108,885	117,796	130,688	
Argentina	37,702	45,612	51,287	62,724	73,979	87,993	95,994	110,255	123,666	
Colombia	28,383	35,825	39,999	44,842	55,247	61,554	70,617	80,800	96,012	
Brasil	24,682	32,898	34,521	38,256	47,455	61,201	61,135	87,584	94,471	
Bolivia	47,809	50,503	61,016	66,131	64,772	67,554	63,397	62,117	74,733	
Venezuela	12,986	17,453	17,145	18,710	23,863	24,794	25,150	34,678	43,444	
Uruguay	2,952	3,886	4,158	4,521	6,146	6,680	6,082	7,678	8,970	
Paraguay	1,251	1,388	1,488	1,734	2,023	2,878	2,849	3,351	3,439	
Otros América del Sur	82	80	89	93	106	83	163	194	159	
<b>Europa</b>	<b>211,296</b>	<b>261,228</b>	<b>274,531</b>	<b>298,892</b>	<b>329,629</b>	<b>322,154</b>	<b>322,604</b>	<b>340,609</b>	<b>369,634</b>	
España	34,057	50,080	56,075	52,412	63,238	67,401	70,943	77,399	82,470	
Francia	33,560	40,429	41,217	46,009	48,622	50,238	51,480	54,767	63,175	
Alemania	26,140	32,002	32,397	37,040	38,402	37,886	39,097	41,459	46,787	
Reino Unido	38,529	45,711	47,593	51,898	52,700	45,291	42,756	43,427	44,851	
Italia	22,277	25,118	25,789	26,238	30,256	30,440	31,112	34,173	34,972	
Países Bajos (Holanda)	11,965	13,146	13,180	17,665	20,052	18,798	18,471	17,806	18,583	
Suiza	10,751	12,347	11,866	13,321	13,034	13,403	13,137	13,474	15,060	
Suecia	4,146	4,462	5,439	6,144	6,715	5,995	6,060	6,284	6,980	
Bielorrusia	436	690	578	2,416	4,175	4,676	5,593	6,115	6,671	
Rusia	1,413	1,822	2,043	2,812	3,445	3,654	3,819	4,982	5,914	
Austria	3,163	4,459	4,265	4,739	4,348	4,481	4,498	4,943	5,580	
Irlanda	3,900	5,034	5,527	6,634	7,705	5,945	4,858	4,206	4,469	
Noruega	2,659	2,829	3,534	3,698	4,390	4,092	4,012	3,927	4,385	
Polonia	1,787	2,611	3,079	3,790	5,690	5,458	4,336	4,168	4,336	
Dinamarca	2,074	2,956	3,487	3,594	4,170	4,309	4,289	4,439	4,329	
Bélgica	6,282	6,675	6,701	6,969	6,096	4,608	3,659	3,504	4,021	
Portugal	1,279	1,835	1,628	1,859	2,560	2,482	2,618	3,000	3,365	
Rep.Checa	1,529	1,867	2,242	2,532	2,700	2,650	2,290	2,353	2,671	
Finlandia	1,094	1,381	1,528	1,557	1,566	1,633	1,603	1,593	1,776	
Rumania	160	261	371	457	968	924	890	1,051	1,243	
Otros Europa	4,095	5,513	5,992	7,108	8,797	7,790	7,083	7,539	7,996	
<b>Asia</b>	<b>41,874</b>	<b>49,467</b>	<b>55,742</b>	<b>60,812</b>	<b>68,722</b>	<b>66,049</b>	<b>59,117</b>	<b>74,501</b>	<b>87,458</b>	
Japón	22,137	26,538	28,748	30,436	34,200	31,109	22,352	33,213	42,506	
Israel	7,382	8,018	9,221	10,135	10,757	11,913	11,417	11,003	11,727	
Corea del Sur	4,230	5,185	5,979	6,708	7,578	5,634	7,011	8,780	9,700	
China (R.P)	3,604	3,764	5,411	5,173	4,988	6,380	6,780	8,038	8,427	
India	751	975	1,148	1,587	2,361	2,615	2,609	2,584	3,048	
Filipinas	478	538	764	1,368	1,674	1,798	1,698	1,937	2,105	
Taiwán (Twn)	867	1,136	1,293	1,422	1,780	1,565	1,624	1,838	2,070	
Indonesia	418	419	253	549	650	724	962	1,023	1,207	
Turquía	348	337	470	564	685	587	604	976	857	
Singapur	240	254	292	355	658	492	582	871	834	
Malasia	164	250	323	342	575	559	653	808	815	
Hong Kong	373	402	451	406	297	255	472	742	798	
Tailandia	200	220	224	251	685	445	500	651	796	
Vietnam	44	29	38	131	251	44	152	377	607	
Otros Asia	638	1,402	1,127	1,385	1,583	1,929	1,701	1,660	1,961	
<b>África</b>	<b>1,841</b>	<b>2,748</b>	<b>2,452</b>	<b>2,772</b>	<b>2,631</b>	<b>2,571</b>	<b>2,835</b>	<b>3,255</b>	<b>3,405</b>	
Sudáfrica	1,378	1,595	1,747	2,048	2,001	1,755	1,987	2,189	2,157	
Marruecos	51	44	72	83	68	104	93	157	180	
Egipto	43	72	69	62	58	98	99	163	166	
Otros África	369	1,037	564	579	504	614	656	746	902	
<b>Oceanía</b>	<b>13,643</b>	<b>17,094</b>	<b>19,092</b>	<b>21,487</b>	<b>24,313</b>	<b>26,044</b>	<b>25,271</b>	<b>25,423</b>	<b>30,512</b>	
Australia	11,507	14,551	15,939	17,846	20,394	22,243	21,227	21,571	26,146	
Nueva Zelanda	2,092	2,497	3,103	3,588	3,851	3,750	4,001	3,811	4,311	
Otros Oceanía	44	46	50	53	68	51	43	41	55	
<b>No especificado por la DIGEMIN</b> (Los inspectores registran la Nacionalidad, pero no la Residencia)	<b>739</b>	<b>1,076</b>	<b>3,725</b>	<b>1,348</b>	<b>743</b>	<b>766</b>	<b>712</b>	<b>603</b>	<b>825</b>	
<b>Total Turistas Internacionales v</b>	<b>993,706</b>	<b>1,162,847</b>	<b>1,288,418</b>	<b>1,421,032</b>	<b>1,583,828</b>	<b>1,578,681</b>	<b>1,696,412</b>	<b>1,932,047</b>	<b>2,119,581</b>	

1/ Total Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior

P/ Cifra preliminar

Fuente: MININTER-Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)

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

Con información disponible a noviembre de 2012

## Balanza Comercial del Perú y los efectos del Turismo Receptor(en millones de dólares)

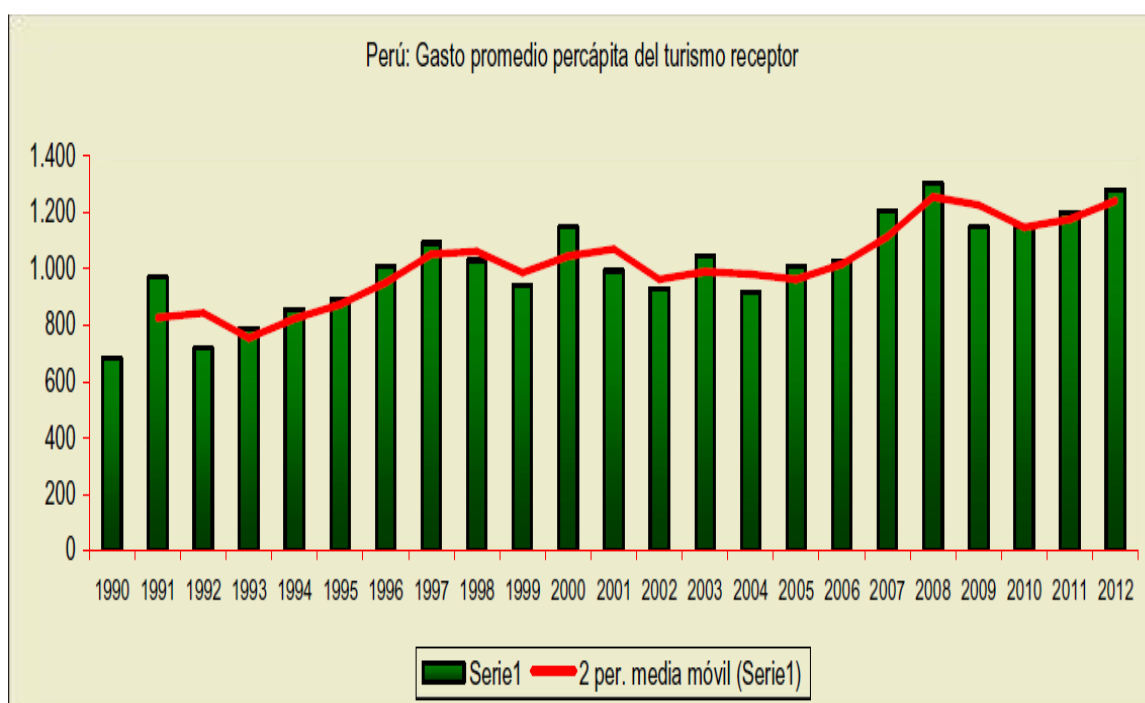
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo Balanza Comercial	Ingreso Turismo Receptor	Porcentaje en Participación de Exportaciones	Saldo Balanza Turismo Receptor	Contribución al Saldo de la Balanza Comercial
1993	3.384	4.123	-739	215	6%	-54	-7%
1994	4.425	5.584	-1.159	331	7%	65	6%
1995	5.492	7.750	-2.258	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: B.C.R.P. BADATUR del OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

PERÚ: INGRESO TRIMESTRAL DE DIVISAS GENERADO POR EL TURISMO RECEPTIVO, 2002-2012											
(Millones de US\$)											
Trimestre	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 P/	2011 P/	2012 P/
<b>Total</b>	<b>837</b>	<b>1,023</b>	<b>1,232</b>	<b>1,438</b>	<b>1,775</b>	<b>2,007</b>	<b>2,396</b>	<b>2,440</b>	<b>2,475</b>	<b>2,912</b>	<b>3,288</b>
I Trim	198	232	277	328	412	456	563	581	572	688	787
II Trim	198	241	291	341	426	467	572	572	579	686	778
III Trim	232	285	339	405	488	557	671	644	671	784	863
IV Trim	209	265	324	364	449	527	590	643	653	754	860

Nota: Incluye los rubros Viajes y Transporte de pasajeros.  
P/ Cifra preliminar  
Fuente: BCRP  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales  
Con información disponible a febrero de 2013



Fuente: B.C.R.P. BADATUR - OTP

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Perú: Inversión extranjera por sectores 2000 - 2010 (millones de dólares)											
Sector	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Agricultura	44.40	44.40	44.40	44.40	44.40	44.40	44.40	44.40	45.05	55.01	45.01
Comercio	835.20	845.26	847.56	849.73	1,032.76	1,050.30	604.20	905.00	1,206.00	980.00	787.00
Comunicaciones	3,379.17	3,393.15	3,695.61	3,723.75	3,723.75	3,723.75	4,974.80	5,200.00	4,897.54	4,290.00	3,789.00
Construcción	60.23	70.63	70.63	80.63	81.43	90.50	121.60	151.30	356.78	543.90	296.00
Energía	1,513.69	1,599.17	1,603.31	1,612.62	1,632.62	1,654.00	1,650.40	1,949.40	2,023.00	1,456.00	2,788.00
Finanzas	1,430.62	1,830.68	1,744.33	1,716.47	1,849.29	1,965.00	1,865.10	1,920.00	2,057.00	1,765.00	3,093.00
Industria	1,561.80	1,724.07	1,857.12	1,865.53	1,867.37	1,869.23	2,302.60	2,543.70	2,789.00	1,765.00	3,060.00
Minería	1,690.18	1,695.32	1,698.15	1,699.00	1,722.18	2,861.33	2,882.20	2,880.60	2,956.76	1,875.00	4,846.00
Pesca	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	129.50	130.87	132.45	132.00	163.00
Petroleo	97.93	97.93	97.93	97.93	97.93	97.93	207.90	246.89	247.65	247.70	472.00
Servicios	155.69	183.16	429.50	446.62	452.07	455.87	265.70	376.00	399.78	420.00	532.00
Selvicultura	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.20	1.29	2.65	1.00	1.00
Transporte	92.83	105.77	198.46	313.89	313.45	315.00	313.40	319.76	376.34	298.00	317.00
Turismo	58.37	58.37	58.37	62.10	62.10	60.00	62.10	62.10	62.50	65.50	64.00
Vivienda	13.44	15.04	14.30	14.70	14.70	19.90	16.71	18.70	19.85	17.00	528.00
<b>TOTAL</b>	<b>10,935.34</b>	<b>11,664.74</b>	<b>12,361.46</b>	<b>12,529.16</b>	<b>12,895.84</b>	<b>14,209.00</b>	<b>15,441.81</b>	<b>16,750.01</b>	<b>17,572.35</b>	<b>13,911.11</b>	<b>20,781.01</b>

Perú: Inversión extranjera por sectores 2000 - 2010 (millones de dólares)											
Sector	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Agricultura	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.2%
Comercio	7.6%	7.2%	6.9%	6.8%	8.0%	7.4%	3.9%	5.4%	6.9%	7.0%	3.8%
Comunicaciones	30.9%	29.1%	29.9%	29.7%	28.9%	26.2%	32.2%	31.0%	27.9%	30.8%	18.2%
Construcción	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.8%	0.9%	2.0%	3.9%	1.4%
Energía	13.8%	13.7%	13.0%	12.9%	12.7%	11.6%	10.7%	11.6%	11.5%	10.5%	13.4%
Finanzas	13.1%	15.7%	14.1%	13.7%	14.3%	13.8%	12.1%	11.5%	11.7%	12.7%	14.9%
Industria	14.3%	14.8%	15.0%	14.9%	14.5%	13.2%	14.9%	15.2%	15.9%	12.7%	14.7%
Minería	15.5%	14.5%	13.7%	13.6%	13.4%	20.1%	18.7%	17.2%	16.8%	13.5%	23.3%
Pesca	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.8%	0.8%	0.9%	0.8%
Petroleo	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.7%	1.3%	1.5%	1.4%	1.8%	2.3%
Servicios	1.4%	1.6%	3.5%	3.6%	3.5%	3.2%	1.7%	2.2%	2.3%	3.0%	2.6%
Selvicultura	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Transporte	0.8%	0.9%	1.6%	2.5%	2.4%	2.2%	2.0%	1.9%	2.1%	2.1%	1.5%
Turismo	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.3%
Vivienda	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	2.5%
<b>TOTAL</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: PROINVERSIÓN. BADATUR - OTP

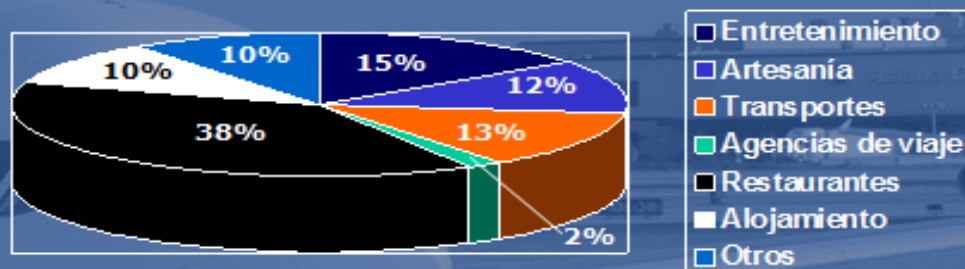
Elaboración: Tesista

PERU 2012: INDICADORES DE OFERTA Y DEMANDA HOTELERA													
MESES/CONCEPTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM.	OCTUBRE	NOVIEMB.	DICIEMBRE	TOTAL
<b>OFERTA</b>													
Número de establecimientos	7,106	7,081	7,096	7,114	7,120	7,124	7,137	7,144	7,153	7,175	7,196	7,196	
Número de habitaciones	121,448	121,043	121,456	121,465	121,424	121,528	121,822	121,908	122,139	122,238	122,839	122,904	
Número de camas	210,025	209,594	210,282	210,043	210,409	210,878	211,570	211,603	211,990	212,041	213,275	213,341	
<b>DEMANDA</b>													
Total de arribos mensuales	1,562,374	1,526,299	1,356,870	1,466,207	1,260,751	1,354,220	1,700,238	1,635,323	1,432,877	1,555,682	1,476,077	1,690,864	18,017,782
Nacionales	1,284,655	1,259,400	1,079,921	1,091,300	982,800	1,063,096	1,354,496	1,316,979	1,097,301	1,180,316	1,017,711	1,121,242	13,849,217
Extranjeros	277,719	266,899	276,949	374,907	277,951	291,124	345,742	318,344	335,576	375,366	458,366	569,622	4,168,565
<b>Promedio de permanencia (días)</b>													
Nacionales (días)	1.22	1.22	1.21	1.23	1.22	1.23	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.21
Extranjeros (días)	1.93	1.93	1.97	1.90	1.90	1.90	1.83	1.79	1.83	1.83	1.93	1.92	
<b>Porcentajes de habitaciones ocupadas en el mes</b>													
Porcentajes de habitaciones ocupadas en el mes	25.34	27.75	26.21	27.10	27.07	27.92	29.19	31.79	29.71	30.18	29.46	25.02	
<b>Porcentajes de camas ocupadas en el mes</b>													
Porcentajes de camas ocupadas en el mes	28.30	31.73	30.06	30.89	30.90	30.18	34.15	36.84	33.17	34.00	33.00	28.24	
Fuente: BADATUR-OTP													
Elaboración: Tesista.													

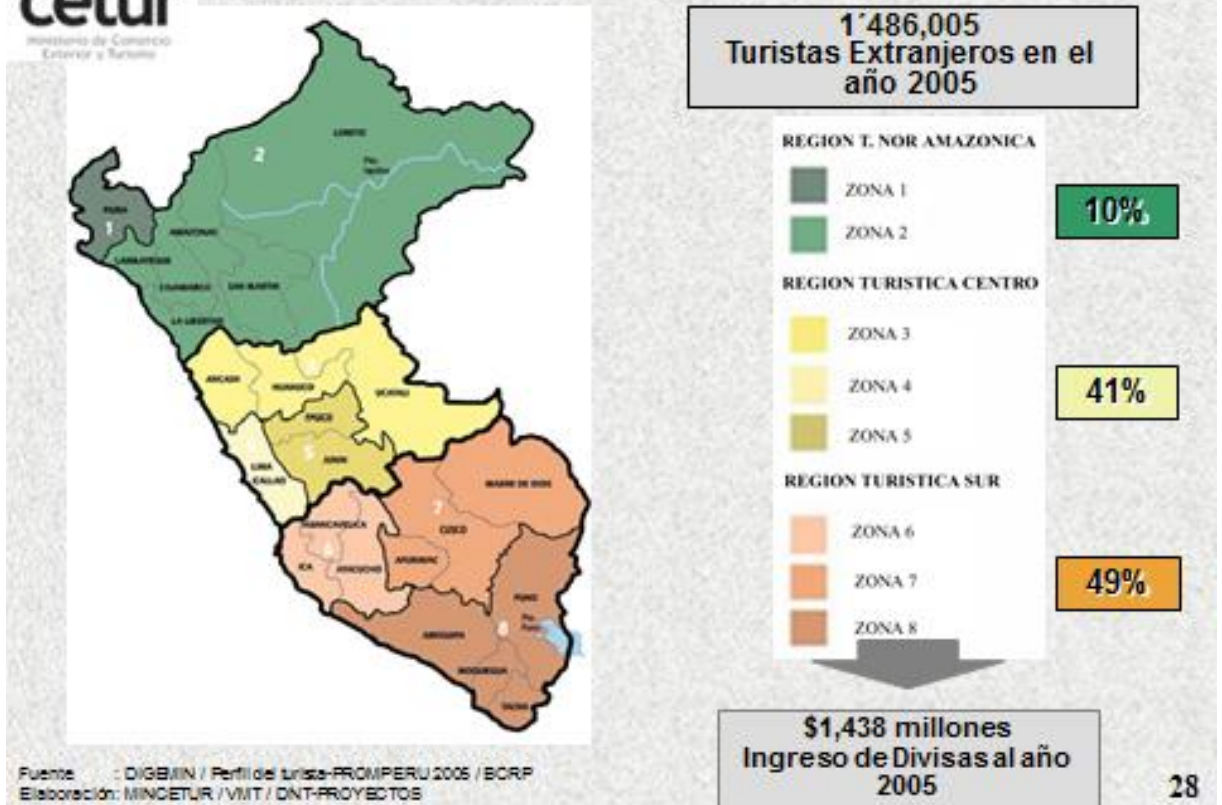
## Turismo y la Economía Peruana

- 5.9% del PIB (15,436 millones de Nuevos Soles)

### Distribución de la Población Dedicada Directamente al Turismo



## MAPA TURISTICO DEL PERU



28

### Logros en Desarrollo del Producto Turístico Principales proyectos turísticos ejecutados (2003 - 2006)

PROYECTO / OBRA	AMBITO
Recuperación del Monumento Histórico para centro Turístico Cultural en la Jalca.	Amazonas
Conservación y Acondicionamiento Turístico del Complejo Arqueológico de Levanto, Revash.	Amazonas
Proyecto de Investigación, Conservación y Acondicionamiento Turístico de la Fortaleza de Kuelap para evitar su colapso.	Amazonas
mantenimiento y empedrado, de vías del Complejo Arqueológico Chavín de Huantar.	Ancash
Programa de Desarrollo Turístico de Arequipa y el Valle del Colca.	Arequipa
Proyecto de conservación y protección del complejo Wari y alrededores.	Ayacucho
Intervención a nivel de emergencia del Cuarto del rescate.	Cajamarca
Proyecto de Reordenamiento Urbano y Desarrollo Cultural en Centros Históricos - Machu Picchu Pueblo.	Cusco
Plan Maestro Choquequirao Año 2005.	Cusco y Apurímac
Mejoramiento, conservación y restauración del templo de las manos cruzadas y circuito del Complejo arqueológico de Kotosh.	Huanuco
Mejoramiento de la iluminación exterior en el Templo del Señor de Luren de Ica y remodelación de la plazuela.	Ica
Proyecto de limpieza, señalización y conservación de Tambo Colorado.	Ica

30



