

EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL PERÚ 1990-2007

José Marsano Delgado
Observatorio Turístico del Perú
EPTH - USMP - LIMA

RESUMEN

El presente documento analiza y evalúa el comportamiento macroeconómico del sector turismo en **el Perú entre los años 1990-2007**, con especial atención en su creciente importancia económica en el sector servicios, y sus posibilidades de desarrollo para el período 2008-2011. El análisis, y evaluación, están basados en la información cuantitativa del Banco de Datos Turísticos del Perú, (BADATUR PERÚ) del Observatorio Turístico del Perú.

1. INTRODUCCIÓN

Durante los primeros años de la década de los noventa el desarrollo del turismo mostró indicadores negativos. En efecto, entre 1988 y 1992, el número de turistas extranjeros se redujo de 359,000 a 216,534 visitantes, lo cual representó una tasa media anual de contracción en

el turismo receptor de -11,87 % debido principalmente al clima de violencia terrorista que condujo al país a un estado de inestabilidad económica y social.

El impacto fue muy severo en los ingresos por concepto de divisas, tanto en el ámbito de las cuentas nacionales, como en los ingresos del sector. Es así que los ingresos en el período 1988-1992, mostraron una tasa anual de crecimiento negativo del orden del 11,3%. 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 1993-2007 en una tasa media anual del 16,64%. Mientras que en el período 1990-2007 fue del 13,45% (Cuadro número 1)

CUADRO 1

Perú: Ingresos Monetarios del turismo Receptor Históricos	
Año	Ingresos en dólares
1990	217.000.000
1991	225.000.000
1992	156.000.000
1993	215.000.000
1994	331.000.000
1995	428.000.000
1996	670.000.000
1997	816.000.000
1998	845.000.000
1999	890.000.000
2000	911.000.000
2001	788.000.000
2002	801.000.000
2003	923.000.000
2004	1.142.000.000
2005	1.308.000.000
2006	1.383.000.000
2007	1.854.000.000
Tasa de crecimiento anual: 13,45%	
Fuente: BADATUR	

Para el período 2008-2011, se ha estimado una tasa media de crecimiento en los ingresos del turismo receptor peruano del 2,36 %. Teniendo en consideración los factores recesivos de la

economía mundial, la cual si bien es cierto no se manifestó en el año 2007, es evidente que la misma mostrará en lo que respecta a la actividad turística del Perú una desaceleración en su crecimiento. (Cuadro número 2)

CUADRO 2

Perú: Ingresos Monetarios del turismo Receptor Proyectados	
Año	Ingresos en dólares
2008	1.900.000.000
2009	1.946.000.000
2010	1.992.000.000
2011	2.038.000.000
Tasa de crecimiento anual: 2,36%	
Fuente: BADATUR	

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 1993-2007 ha sido del 13,19 % anual, y en período 1998-2007 fue del 7,97%; 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 2008-2011, señalan que el mismo experimentará una tasa anual esperada de crecimiento del 4,43%. (Cuadros 3 y 4).

CUADRO 3

Perú: Turismo Receptor Proyectado 2008-2011	
Año	Turismo Receptor Cantidad de personas
1988	359.000
1989	334.000
1990	316.871
1991	232.012
1992	216.534
1993	271.901
1994	386.120
1995	479.231
1996	662.736
1997	746.599
1998	819.530
1999	944.000
2000	793.183
2001	792.466
2002	859.379
2003	881.010
2004	1.244.608
2005	1.296.010
2006	1.347.850
2007	1.540.107
Tasa de crecimiento anual: 7,97%	
Fuente: BADATUR	

CUADRO 4

Perú: Turismo Receptor Proyectado 2008-2011	
Año	Turismo Receptor Esperado
2008	1.628.047
2009	1.703.344
2010	1.778.640
2011	1.853.936
Tasa de crecimiento: 4,43%	
Fuente: BADATUR	

2.EVALUACIÓN DEL TURISMO EN EL PERÚ 1990-2007

2.1 La demanda:

2.1.1 ¿Cuáles son las características de estos visitantes?, ¿Quiénes son?

De los 1.540.107 turistas extranjeros que visitaron el país en el 2007, los mismos mostraron la siguiente composición por continente de origen: América 67,07% Europa 25,80 %. Asia 5,31%. Oceanía 1,40 % África 0,20 % otros 0,22% (cuadro 5)

CUADRO 5

Visitantes por Continente al Perú. Año 2007	Arribos
América	1.032.954
Europa	397.395
Asia	81.718
Oceanía	21.576
Africa	3.150
Otros	3.364
Total Arribos	1.540.157
Fuente: BADATUR	

A nivel de países, los más importantes durante el año 2007 fueron:

Estados Unidos del cual arribaron el 22,69% de visitantes, en segundo lugar se encuentra Chile, con una participación del 16,51% de visitas, Bolivia ocupa el tercer lugar con una participación del 6,83 %. Ecuador participa con el 6,10% de las visitas internacionales. Es decir, cuatro países representan más del 50% 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. (Cuadro 6).

CUADRO 6

Los quince primeros países generadores de turismo emisor hacia el Perú	
País	Cantidad de visitantes
Estados Unidos	349.447
Chile	254.263
Bolivia	105.229
Ecuador	93.978
Argentina	76.972
España	67.108
Alemania	66.378
Francia	62.906
Brasil	53.376
Reino Unido	52.625
Colombia	44.450
Italia	43.126
Canadá	40.969
Japón	33.641
Mexico	32.606
Fuente: BADATUR	

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.

¿Cuándo vienen?

El arribo de turistas al Perú se realiza durante todo el año, pero en forma significativa en dos estaciones en particular. La primera de ellas ocurre entre los meses de julio-agosto, periodo que coincide con la época de verano y vacaciones en el hemisferio norte, principalmente en los Estados Unidos de Norteamérica, y es precisamente el periodo de mayor salida de nacionales de dicho país hacia otros países. 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 periodos 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 2007 en un 14,03% y en cuanto a los nacionales en un 19,45%. En este último caso este notable incremento entendemos que obedece a factores económicos y financieros, las mismas que se han reflejado en una mayor capacidad de consumo por parte de la sociedad peruana. La tasa media anual de visitantes a la ciudadela muestra un crecimiento durante el período 1993-2007 del 14,01%. Habiendo recibido durante el año 2007 la cantidad de 800.068 visitantes. Es decir un promedio diario de 2.192 personas, considerando los 365 días del año. Factor este que puede poner en riesgo una de las nuevas siete maravillas del mundo. (Cuadro 7)

CUADRO 7

Año	Extranjeros	Nacionales	Total
1980	100.534	45.032	145.566
1981	96.060	37.214	133.274
1982	77.234	46.548	123.782
1983	65.570	54.552	120.122
1984	72.069	51.45	123.519
1985	67.545	59.169	126.714
1986	77.966	63.686	141.652
1987	89.726	101.162	190.888
1988	116.911	70.431	187.342
1989	97.594	51.842	149.436
1990	72.867	47.682	120.549
1991	41.112	36.183	77.295
1992	39.724	54.851	94.575
1993	58.090	69.525	127.615
1994	111.083	96.539	207.622
1995	159.59	88.951	248.541
1996	198.664	98.334	296.998
1997	189.03	105.002	294.032
1998	227.709	106.854	334.563
1999	286.6	95.591	382.191
2000	352.294	68.096	420.390
2001	294.437	126.433	420.870
2002	208.814	148.284	457.098
2003	333.805	190.003	523.808
2004	338.402	218.477	556.879
2005	475.315	204.636	679.951
2006	480.741	210.884	691.625
2007	548.168	251.9	800.068

Fuente: C.BADATUR

¿Qué buscan?

Estudios realizados en el país coinciden en señalar que el Perú es visto por los extranjeros como un destino turístico Histórico-Cultural, sin embargo, el Perú ofrece claras potencialidades de desarrollo para el turismo de aventura, eco turismo, y otros tipos de turismo, opciones que a nivel mundial se proyectan como las de mayor crecimiento. Aunque sería útil conocer con precisión el tipo de preferencias de los turistas extranjeros, la información disponible permite clasificarlos, entre aquellos que visitan el país por motivos de recreo y aquellos que vienen por negocios. Esta distinción es bastante importante dado que

los viajes de recreo se pueden considerar como una demanda final, es decir, son viajes que se emprenden por su propio fin. En cambio, los viajes de negocios son una demanda derivada, es decir como un insumo necesario para que se produzcan otros bienes. Aquellos que viajan por motivos de recreo suelen gastar menos que los que viajan por motivos de negocio, el grupo de turistas que visita el país por motivo de recreo siempre ha sido el más importante representando actualmente el 82% del total. Información de PromPerú (Perfil del Turista Extranjero, año 2006) indica que aproximadamente el 72% de estos turistas vienen a visitar los destinos históricos y tradicionales del país, un 19% tiene interés en la

cultura nacional, un 6% tiene interés en la naturaleza, y solo 1% viene a visitar a amigos y parientes. De otro lado el número de turistas que visitan el país por motivos de negocios se ha incrementado considerablemente en los últimos años, probablemente debido a las mayores inversiones que vienen realizando las empresas extranjeras en el país.

¿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 2007, una tasa de crecimiento media anual del 3,37%. En el año 2007 el gasto per cápita fue de 1.204 dólares (Cuadro 8). 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. Debe de considerarse en este caso, que gran parte de sus costos operativos son efectuados en nuevos soles.
2. 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.
3. 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 8

Perú: Turismo Interno 1992-2007	
Año	Extranjeros
1992	6.265.755
1993	6.868.294
1994	6.787.455
1995	7.506.903
1996	7.676.356
1997	7.922.130
1998	8.218.234
1999	8.704.239
2000	9.156.933
2001	9.543.813
2002	10.529.419
2003	10.401.705
2004	10.784.118
2005	11.166.531
2006	11.538.997
2007	11.931.358
Tasa de crecimiento anual: 7,97%	
Fuente: BADATUR	

PromPerú, realizó una encuesta aplicada a población de los estratos socio-económicos A, B y C en tres ciudades principales del país [Lima, Arequipa y Trujillo], esta encuesta señaló que el 19,06% de la población realizó viajes de turismo entre abril de 2004 y abril de 2005. Si esta cifra es aplicada el anterior porcentaje, la población del país para iguales segmentos de la población; se puede asumir que en realidad 2'700,000 nacionales realizaron viajes de turismo en el país.

Ahora bien, se puede inferir que esta actividad crecerá en la medida en que se incremente cuantitativa y cualitativamente el empleo y por ende el gasto de la población.

¿Quiénes son?

De acuerdo al estudio realizado (Perfil del Turista Nacional 2006, PromPerú), los turistas nacionales proceden en su mayor parte de la ciudad de Lima, 6 de cada 10 hogares respondieron que uno o más miembros del hogar realizaron algún viaje de turismo en el 2007. De otro lado, casi el 70% de los hogares que declararon que algunos de sus miembros realizaron algún viaje de turismo, pertenecen a los estratos A, B y C de la población. Con relación a los turistas propiamente dichos, se estima que la mayor parte de ellos son jóvenes [el 59% tiene menos de 35 años de edad], se puede decir que hombres y mujeres viajan por igual y la mayoría viaja acompañado sea por familiares 9,9% o amigos 28,1%. Sólo un 22% de los turistas nacionales viajan solos.

¿Qué buscan?

El motivo principal de los viajes realizados por los turistas nacionales (Perfil del Turista Nacional 2006, PromPerú), es la visita a amigos o parientes según el estudio de PromPerú, el 48% de los turistas entrevistados respondió que su viaje de turismo tenía a su vez como propósito la visita a amigos o parientes, un 45% de los casos respondió que su propósito fue principalmente turístico, en tanto que un 16% respondió que viajó adicionalmente por negocios o trabajo.

En realidad, estos datos eran los que se esperaban. Las visitas a los amigos o parientes son el motivo principal del turismo nacional en casi todos los

países del mundo. Estos turistas usualmente utilizan los días de descanso disponibles para realizar visitas a amigos y parientes, las cuales son de bajo costo, dado que en estos casos los gastos en hospedaje y alimentación se pueden reducir o en todo caso compartir.

¿Cuándo viajan?

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

¿Cuánto gastan?

Los turistas nacionales gastan aproximadamente unos 127 dólares per cápita en sus viajes por el país, (Perfil del Turista Nacional 2006, PromPerú), se estima que el 20% de estos gastos son el pasaje al lugar turístico y el resto se distribuye en los gastos en el lugar. El gasto estimado del turista nacional, equivale al 10,5% de lo gastado en promedio por el turista extranjero. Esto se explica por las siguientes razones:

Son evidentes las diferencias de ingresos entre los consumidores extranjeros y los nacionales. Por otro lado los turistas nacionales permanecen menos tiempo en viaje de turismo. Según el estudio de PromPerú, la duración promedio del viaje de los turistas nacionales es de 6 a 8 días. Por lo tanto, el gasto per cápita del turista nacional es de 15,88 dólares diarios, es decir casi la décima parte de lo

que gastan los turistas extranjeros. Además, el bajo nivel de gasto observado entre los turistas nacionales obedece a que se ahorran gran parte del costo al visitar principalmente a amigos y parientes, quienes les proporcionan hospedaje y a veces hasta alimentos. Asimismo, la mayor parte de ellos se transporta hacia los lugares turísticos por bus, a diferencia de los turistas extranjeros que lo hacen generalmente por avión. Finalmente, es probable que no realicen compras o gastos de esparcimiento en la misma magnitud que los turistas extranjeros.

2.1.3 El tamaño del mercado turístico y el aporte al PIB

La información analizada hasta aquí permite realizar una estimación global del tamaño cuantitativo del mercado turístico en el país. En primer lugar, si se asume que el número de turistas nacionales asciende a la suma de 2,7 millones de personas, en tanto que los turistas extranjeros ascienden a 1.540.107 personas. En la actualidad nuestro mercado está conformado por un 63,68% de turistas nacionales y un 36,32% de turistas extranjeros. Esto en realidad no es sorprendente dado que en muchos países del mundo el turismo interno es el más importante en términos numéricos. Sin embargo, esta mayor presencia de los turistas nacionales no guarda correspondencia con su capacidad para la generación de ingresos. En el 2007, debido a su mayor gasto per cápita, los turistas extranjeros generaron ingresos finales ascendentes a de 1.854 millones de dólares. Los turistas nacionales generaron un consumo final de 342,9 millones de dólares, por lo que el tamaño económico del mercado fue de 2.196,9 millones de dólares, la cifra de ingresos del turismo receptor, representó el 7,0% de las exportaciones del año 2007. Esto en términos de aporte al PIB nacional significó el 3,87%

2.2 La oferta de servicios turísticos 1990-2007:

La oferta del sector turismo, está clasificada en tres grandes campos: recursos turísticos, facilidades turísticas de planta y facilidades turísticas de infraestructura. Estos tres grandes rubros comprenden a su vez a:

- a. Atracciones turísticas: las cuales están conformadas por sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, acontecimientos programados y Historia, cultura y etnias.
- b. Artesanías que comprenden la producción y comercialización de artículos confeccionados manualmente.
- c. Establecimientos de hospedaje en sus diferentes variantes.
- d. Restaurantes, bares y cantinas.
- e. Transporte, que incluye el transporte turístico por vía aérea, terrestre, férrea y acuática.
- f. Agencias de viaje
- g. Esparcimiento, que incluye las actividades de esparcimiento, recreación y diversión

a Las atracciones turísticas

La capacidad que tiene un país para desarrollar la industria del turismo depende en gran medida de la existencia de productos turísticos. De otro modo, los turistas no tendrían el interés de visitar un destino. En términos generales, existen tres tipos de productos turísticos:

- a.1 Atractivos turísticos. Estas pueden estar conformadas por aquellas que son potenciales y las que han sido puestas en valor.
- a.2 Atracciones diseñadas específicamente. En ciertos lugares del mundo se han diseñado atracciones turísticas específicas que aprovechan la popularidad de ciertos lugares, en los cuales ya existe una demanda potencial para la creación de otras atracciones. En el caso peruano, el único destino que está generando economías de concentración es Lima. Aquí se han desarrollando inversiones importantes en centros de diversión y esparcimiento como casinos y casas de juegos, por ejemplo. No obstante, este es un sector aun no explotado en su real dimensión
- a.3 Acontecimientos. Las atracciones también pueden ser ciertos acontecimientos como los campeonatos mundiales de fútbol, los juegos olímpicos, etc. Sin embargo, este tipo de atracciones suelen ser volátiles. En todo caso, estos acontecimientos no ocurren normalmente

en el Perú o en todo caso se puede decir que su importancia es poco significativa. Así, en Perú las atracciones o productos turísticos más importantes son las del primer tipo. El país ha sido dotado con tres zonas geográficas distintas y fuertes tradiciones culturales que le permitiría atender a todos los segmentos del mercado (Monitor, 1995). Sin embargo la oferta actual se concentra en los atractivos históricos y arqueológicos. Probablemente debido a ello, los destinos más visitados por los turistas extranjeros sean independientemente de la Ciudad de Lima por constituirse en la gran puerta de entrada al país, las Ciudades de Cusco, Puno, Arequipa, y otras.

En general existen dos circuitos importantes en el país. Sin embargo Lima y sus alrededores es visitado por el 92% de los turistas extranjeros que vienen al país. Además del desarrollo alcanzado por Lima, su tradición y cultura; en años recientes el Municipio Metropolitano ha iniciado una agresiva labor de recuperación del Centro Histórico erradicando el comercio ambulatorio y recuperando ciertos atractivos tradicionales como los balcones coloniales y republicanos, los paseos, e iluminando apropiadamente los monumentos históricos más importantes del centro de Lima. Este tipo de acciones, constituyen externalidades positivas que deben tener un efecto muy importante no sólo para el valor de la propiedad sino para la afluencia de turismo a Lima. El primer circuito es la zona sur, con centro en el Cusco y donde la principal atracción es la ciudadela de Macchu Picchu. Además, este circuito está conformado por Arequipa, donde se viene desarrollando el turismo de aventura [Cañón del Colca] y Puno, cuya atracción no solo es cultural sino en mayor proporción Eco Turística ya que cuenta con el Lago Titicaca, el más alto del mundo. El segundo circuito importante se encuentra en el Norte y tiene como centro a la región de Lambayeque desde donde se pueden emprender viajes cortos para visitar los museos de Sipán y Sicán los más importantes del país, así como los restos arqueológicos de CHAN CHAN en la región de La Libertad (Trujillo). Estos circuitos son los principales productos y atractivos turísticos

en la actualidad. Lamentablemente, debido a la temporalidad de nuestro turismo, muchas veces se generan problemas de capacidad de atención en ciertos períodos del año. Sin embargo, el Perú cuenta con otras atractivos turísticos, como por ejemplo, el complejo arqueológico de Kuelap en Chachapoyas, las hermosas playas Norteñas, pero muchas de ellas se encuentran en espera de ser puestas en valor y convertirlas en productos turísticos. Es pues la oferta de los atractivos turísticos puestos en valor, lo que establece la cantidad de atracciones disponibles y capaces en convertirse en productos. Son precisamente estos productos los que usualmente son promocionados por el Estado a través de un fondo de promoción. Para ampliar la oferta de los atractivos turísticos, es necesaria la intervención del sector privado. En un país con necesidades tan grandes como el Perú, esta intervención es urgente y debe ser planificada conjuntamente entre el sector estatal.

b Los establecimientos de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje constituyen desde el punto de vista del turista el lugar que le servirá para descansar y no la razón del viaje turístico en si. Sin perjuicio de ello, puede ser en algunos casos un factor determinante en la decisión de visitar o no un destino turístico. En casi todos los países, este sector está conformado por una gran diversidad de tipos de alojamiento en los que la situación, propiedad y las diferentes estructuras de costo producen una variedad de respuestas de oferta para las condiciones del mercado. En los últimos años, se ha registrado en el Perú, un notable crecimiento en la oferta de establecimientos de hospedaje. Precisamente, los turistas internacionales utilizan preferentemente hoteles de tres estrellas 34%, Hostales 26% Hoteles de 4 estrellas 22% debido a la estacionalidad del turismo, el porcentaje de ocupación de habitaciones promedias de todas las categorías alcanzó durante el año 2007, según estimaciones de Badatur Perú, un porcentaje del [25,35%]

c. Restaurantes

El Perú tiene la ventaja que su oferta culinaria es sumamente variada, de muy buena presentación y

constituye por sí misma una actividad que despierta el interés del turista. La oferta actual de restauración es muy diferenciada y va adquiriendo distintos grados de sofisticación, según las propias exigencias de sus usuarios. Los restaurantes se pueden clasificar de acuerdo al número de

tenedores con que realizan sus presentaciones. En los últimos años se ha observado un incremento en el número de restaurantes. Actualmente existen 65.891 establecimientos de este tipo en el país con una oferta de 377.590 mesas y 1.384.067 sillas. Sin embargo, la mayor parte de estos establecimientos no se encuentran categorizados. (Cuadro 10)

Cuadro 9

Perú: Restaurantes Categorizados y no categorizados			
Categoría de número de tenedores	Cantidad de establecimientos	Número de mesas	Número de sillas
Un tenedor	524.000	6.408	23.250
Dos tenedores	301.000	6.756	24.536
Tres tenedores	139	3.125	12.171
Cuatro tenedores	6	340	1.270
Cinco tenedores	15	439	1.848
Sin clasificación	64.906	360.522	1.320.992
Total	65.891	377.59	3.384.067

Fuente: MINCETUR

d. Transporte

El transporte del sector turismo se realiza principalmente a través de dos formas: transporte aéreo y transporte terrestre. En cifras, 7 de cada 10 turistas internacionales llegan al país utilizando la vía aérea. A esto hay que añadir que una vez en el país, los turistas siguen utilizando medios de transporte, ya sea a través de vuelos locales o movilizándose a través de vía terrestre. Cabe indicar además que algunos lugares turísticos, solo son accesibles por vía terrestre o por vía aérea.

3. Los efectos positivos macroeconómicos del turismo en la economía

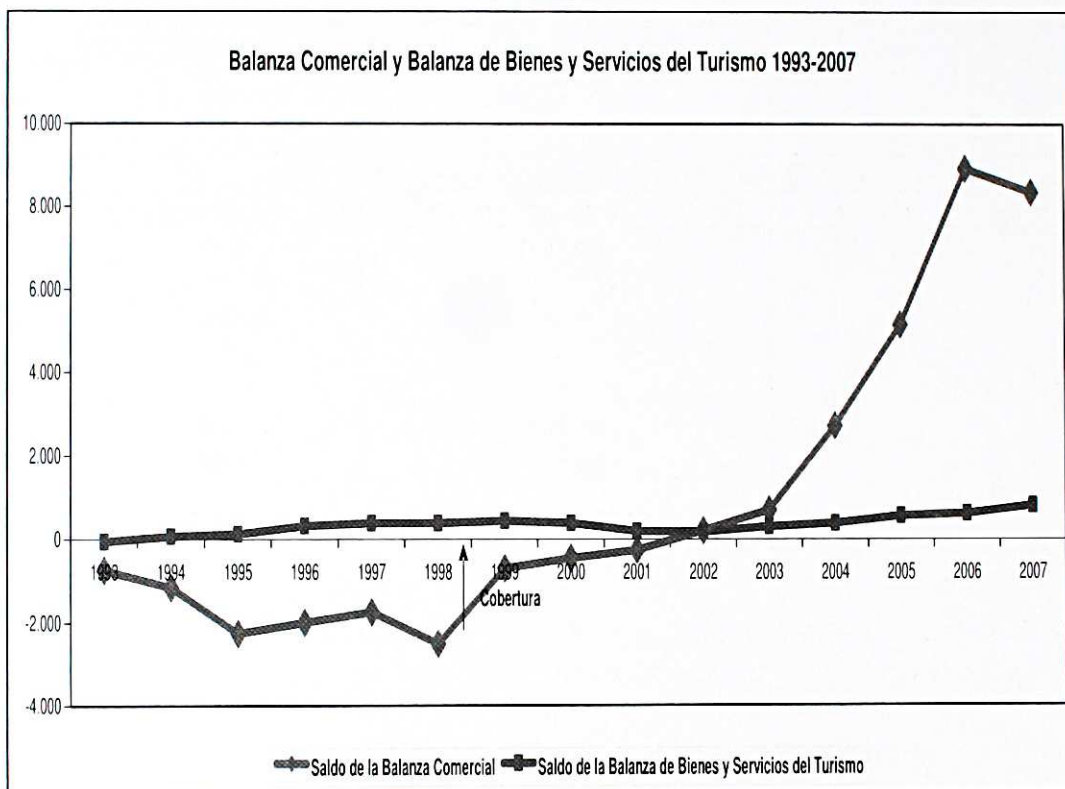
3.1 El primer efecto que se observa es el incremento del ingreso nacional, vale decir en el producto bruto interno. Según Badatur, teniendo en cuenta el cambio del año base del PBI [1994] la participación del sector turismo en el producto nacional se estima para el año 2007 en 3,87%; por lo que el PIB del sector turismo para el año 2007 fue de 6.687 millones de nuevos soles; cifra bastante interesante para la economía si consideramos que el mismo es un amplio generador de mano de obra. (Cuadro 11)

Perú: P.B.I. DEL Sector Turismo			
Año	P.B.I. del Sector Turismo en miles de nuevos soles	P.B.I. en miles de nuevos soles	Participación porcentual en el P.B.I.
1991	3.182.868	83.759.691	3,80%
1992	3.002.420	83.400.557	3,60%
1993	3.145.485	87.374.589	3,60%
1994	3.450.211	98.577.444	3,50%
1995	3.746.360	107.038.850	3,50%
1996	3.949.506	109.708.500	3,60%
1997	4.454.131	117.213.965	3,80%
1998	4.545.513	116.551.628	3,90%
1999	4.588.175	117.645.501	3,90%
2000	4.705.717	120.659.404	3,90%
2001	4.820.523	120.513.086	4,00%
2002	4.847.635	127.569.336	3,80%
2003	5.434.367	132.545.528	4,10%
2004	5.578.536	139.463.404	4,00%
2005	5.923.586	148.458.302	3,99%
2006	6.064.522	159.592.675	3,80%
2007	6.687.000	172.679.274	3,87%

Fuente: LN.C.BADATUR

3.2. El segundo 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 2001 fue deficitaria. (Gráfico 1).



Fuente: BADATUR

3.3 Un tercer efecto es la generación de divisas inherentes a la Balanza en Cuenta corriente, ya que para fines del caso, el turismo receptor se ha convertido en un ente generador de divisas.

Siendo la quinta actividad generadora de divisas del país en el 2007, considerando exportaciones tradicionales y no tradicionales. (Cuadro 12).

Cuadro número 12

Principales Productos y Servicios Generadores de Divisas. (millones de dólares)

Año	Minero	Agrícola y Agropecuarios	Pesqueros	Petróleos Derivados	Textiles	Turismo	Sidero-Metalúrgicos y Joyería	Químicos
2006	14.851	1.785	1.763	1.713	1.469	1.383	829	601
2007	17.493	1.963	1.954	2.248	1.73	1.854	907	803

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú, BADATUR

3.4. Partiendo de una infraestructura hotelera pobre e insuficiente a inicios de los noventa, las inversiones en infraestructura de planta tuvieron un efecto multiplicador en la economía. Así la inversión realizada en el período 1990-2007 ascendió a un total de 682 millones de dólares, según Badatur, habiendo experimentado una tasa de crecimiento media anual del 30,20%.

4. CONCLUSIONES

- 4.1 En una economía globalizada, donde los medios de comunicación juegan un papel importante en la formación de la opinión pública, con una rapidez inusitada, es esencial cuidar tanto la imagen interna como externa del país.
- 4.2 El Perú ya experimentó el impacto de una convulsión social, que estuvo a punto de quebrar la totalidad de la industria turística, haciéndonos perder muchos mercados y permitiendo que al amparo de ello, aparecieran nuevos países ofertantes, atrasándonos en lo referente a la generación de infraestructura de planta en comparación con otros países que tienen similar oferta turística que el Perú.
- 4.3 El Gobierno 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, no sólo por ser un rubro generador de divisas, sino por la capacidad generadora de mano de obra que el mismo implica.

- 4.4 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.
- 4.5 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. Con ello me refiero al 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.