

Universidad de Lima  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Carrera de Economía



**TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:  
UN ANÁLISIS EMPÍRICO DEL IMPACTO  
DEL TURISMO RECEPTIVO EN LA  
ECONOMÍA PERUANA EN EL PERIODO  
2004-2015**

Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Economista

**Luis Jesús Peralta Petitjean**  
**Código 20030638**

**Asesor**

Ricardo Pérez Luyo

Lima – Perú  
Febrero de 2018



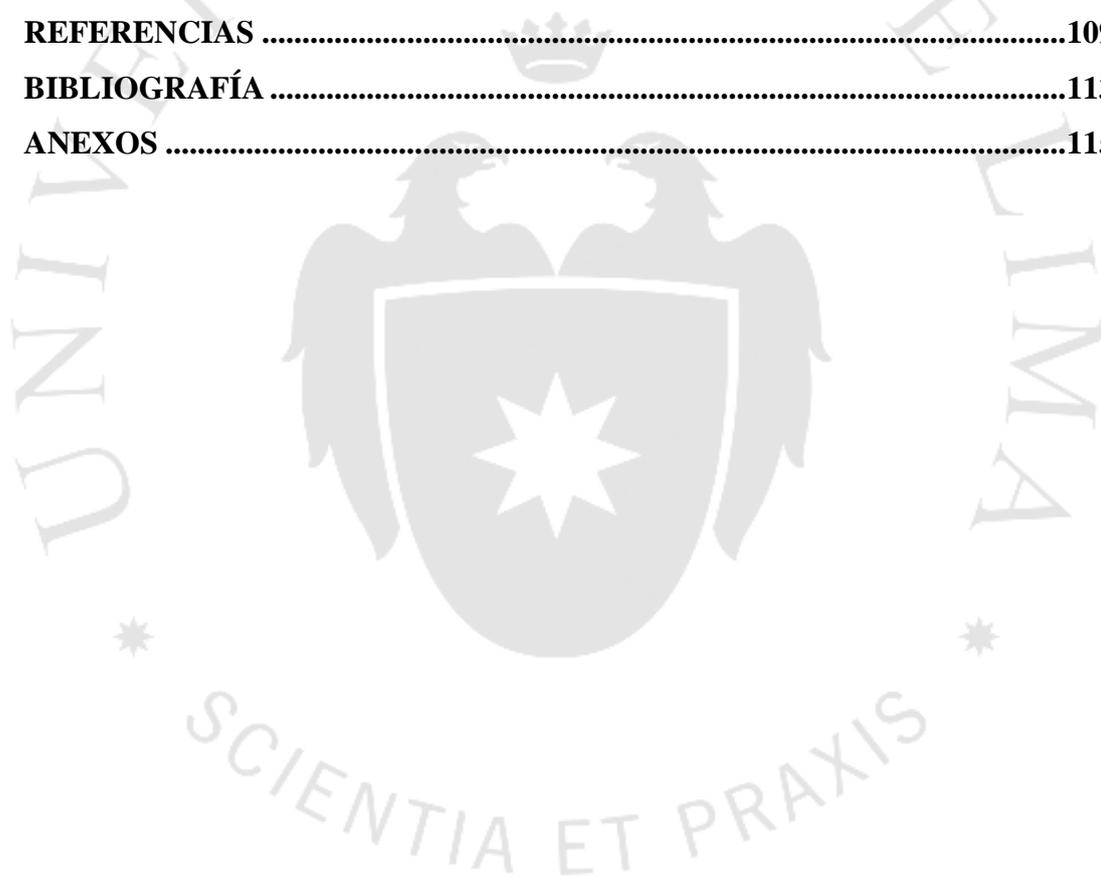


**TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:  
UN ANÁLISIS EMPÍRICO DEL IMPACTO  
DEL TURISMO RECEPTIVO EN LA  
ECONOMÍA PERUANA EN EL PERIODO  
2004-2015**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO GENERAL DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EL TURISMO.....</b>	<b>6</b>
1.1 Modelos de crecimiento económico.....	6
1.1.1 Modelos de crecimiento exógeno .....	6
1.1.2 Modelos de crecimiento endógeno .....	12
1.1.3 Modelos neo-schumpeterianos.....	18
1.2 Marco general del turismo.....	23
1.2.1 Breve reseña histórica del turismo.....	23
1.2.2 Justificación de la definición de turismo .....	37
1.2.3 Definiciones de turismo .....	38
1.2.4 Tipos de turismo .....	41
<b>CAPÍTULO II: CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO .....</b>	<b>47</b>
2.1 Conceptos económicos de turismo.....	47
2.1.1 El producto turístico.....	47
2.1.2 La demanda turística .....	48
2.1.3 La oferta turística .....	51
2.2 Sectores económicos que forman parte del turismo.....	52
2.3 Efectos del turismo en la economía.....	53
2.3.1 Efectos positivos del turismo .....	55
2.3.2 Efectos negativos del turismo .....	58
2.4 Políticas públicas en el sector turismo .....	59
2.4.1 Justificación de las políticas turísticas .....	59
2.4.2 Políticas económicas del turismo.....	62
2.4.3 Niveles de intervención pública en la actividad turística.....	64
<b>CAPÍTULO III: EL SECTOR TURÍSTICO EN EL PERÚ .....</b>	<b>69</b>
3.1 Aspectos institucionales del sector turístico peruano.....	69
3.1.1 Organismos relacionados al sector turismo .....	69
3.1.2 Marco legal y normatividad del turismo.....	71
3.2 Políticas públicas y de promoción del turismo en el Perú.....	72

3.3	Análisis descriptivo del sector turismo en el Perú .....	81
3.3.1	Evolución de los indicadores turísticos en el Perú.....	81
3.3.2	Comparación de los indicadores turísticos del Perú con el Mundo .....	87
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS EMPÍRICO .....</b>		<b>92</b>
4.1	Revisión de la literatura empírica.....	92
4.2	Especificación del modelo .....	95
4.2.1	Variables consideradas en la modelación econométrica.....	95
4.2.2	Metodología de estimación .....	97
4.3	Pruebas de estimación .....	98
<b>CONCLUSIONES .....</b>		<b>107</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>		<b>108</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>		<b>109</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>113</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>115</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2. 1. Efectos del turismo en la economía nacional.....	54
Tabla 3. 1. Principales políticas públicas implementadas en el sector turismo .....	80
Tabla 3. 2. Análisis de correlación Perú - Sudamérica .....	87
Tabla 3. 3. Análisis de correlación Perú - Centroamérica y el Caribe .....	88
Tabla 3. 4. Análisis de correlación Perú - principales destinos del Mundo .....	89
Tabla 4. 1. Estudios empíricos previos realizados a un país.....	92
Tabla 4. 2. Estudios empíricos previos realizados a un grupo de países .....	94
Tabla 4. 3. Variables a utilizar en la modelación.....	97
Tabla 4. 4. Análisis de correlación.....	98
Tabla 4. 5. Regresión inicial .....	99
Tabla 4. 6. Factor de inflación de varianza .....	100
Tabla 4. 7. Prueba de raíces unitarias: en niveles .....	101
Tabla 4. 8. Prueba de raíces unitarias: en primera diferencia .....	102
Tabla 4. 9. Prueba de Zivot-Andrews .....	103
Tabla 4. 10. Prueba de cointegración multivariada de Johansen .....	103
Tabla 4. 11. Prueba de Wald .....	104
Tabla 4. 12. Prueba de causalidad de Granger .....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. 1. Estado estacionario en el modelo de Solow-Swan .....	9
Figura 1. 2. Estado estacionario y dinámica de transición en el modelo RCK.....	12
Figura 1. 3. Crecimiento en el modelo AK.....	14
Figura 3. 1. Arribo de turistas en el periodo 2004 - 2015 .....	82
Figura 3. 2. Principales países emisores de turistas al Perú en el periodo 2004 - 2015..	83
Figura 3. 3. Ingreso de divisas generadas en el periodo 2004 - 2015 .....	84
Figura 3. 4. Peso de los ingresos por concepto de turismo receptivo en el PBI .....	85
Figura 3. 5. Montos nominales de inversión en infraestructura pública 2004 - 2015.....	86
Figura 3. 6. Comparación de divisas Perú - Sudamérica .....	90
Figura 4. 1. Gráficos de dispersión .....	98
Figura 4. 2. Gráficos de impulso-respuesta.....	106

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Tabla de datos .....	116
Anexo 2: VEC.....	117
Anexo 3: Plan Estratégico Nacional de Turismo .....	118
Anexo 4: Plan Nacional de Calidad Turística.....	120
Anexo 5: Plan COPESCO Nacional .....	122



# INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes con los que cuenta una nación, ya que este es una actividad generadora de desarrollo. Este desarrollo se genera a partir del correcto aprovechamiento de los diferentes circuitos turísticos con los que cuenta una nación, así como de las diversas bondades que se ofrecen a partir de estos, tales como su oferta culinaria y su oferta hospitalaria, los cuales van a permitir el desarrollo económico de diversas zonas de un país.

Durante la segunda mitad del siglo XX, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de más importante crecimiento, y como consecuencia de esto, esta actividad se ha estado posicionando como una de las actividades económicas más relevantes dentro de cada país. Tan es así esto último, que para algunos países el turismo es la principal fuente de generación de riqueza. A manera de ilustración, podemos mencionar países tales como Palaos, San Vicente y las Granadinas, Granada, Malta, Maldivas, San Cristóbal y Nevis, las Islas Marshall, Tuvalu, Mónaco, Santa Lucía, entre otros, que al ser economías de países que disponen de recursos naturales limitados, no tienden a recibir mucha Inversión Extranjera Directa (IED) en rubros tradicionales; sin embargo, sí suelen contar con grandes inversiones en el sector turismo, por lo que este sector se ha vuelto en el más importante para estas naciones. Por ello, en estos países el apoyo que se brinda a las inversiones en turismo cuenta con todo el soporte de los gobiernos, quienes han creado legislaciones adecuadas para que los inversionistas sientan seguridad al momento de realizar los desembolsos en sus proyectos.

La contribución del sector turismo es beneficiosa para cualquier economía de un país debido a la influencia que tiene en algunos sectores, como el de empleo, el de negocios, el de ingresos, el cultural y el fiscal. Esta contribución económica coadyuva a que se desarrollen inversiones de diferentes índoles, tales como la construcción de hoteles y resorts, así como también de grandes obras de infraestructura, como el desarrollo de aeropuertos, carreteras, vías férreas, puertos, que van a determinar que la actividad turística tenga rendimientos crecientes.

En el caso de nuestro país, el Perú cuenta con una diversa gama de factores que influyen de manera positiva para poder contar con un flujo de turistas importantes. Dentro de esta gama de factores podemos mencionar nuestros recursos históricos, nuestros

recursos naturales, nuestras bondades culturales, nuestra gastronomía, nuestra posición estratégica en América Latina, nuestro excelente desenvolvimiento en el ámbito económico. Esto último ha permitido desarrollar otro segmento de turismo, hasta hace algunos años completamente olvidado: el de negocios. Todos estos factores han permitido al Perú tener tasas de crecimiento anuales del 10% durante los últimos años (según datos de la Comunidad Andina de Naciones – CAN).

A pesar de lo mencionado previamente, el turismo no siempre ha sido un sector al cual se le haya dado la atención adecuada. Es por ello, que en los últimos años la atención que se le ha prestado a este ha sido muy dinámica, y por ello los indicadores de turismo han tenido un comportamiento importante durante la última década. Es así, que a través de instituciones tales como el MINCETUR, PROMPERÚ y CANATUR, se han realizado diversas actividades para fomentar el desarrollo del turismo hacia el Perú.

Como consecuencia de lo previamente mencionado, el ingreso de turistas a los diferentes circuitos del Perú ocasiona que se activen una serie de servicios que son indispensables para el adecuado desarrollo del mismo. Dentro de estos servicios, podemos encontrar el desarrollo hotelero, desarrollo del transporte (tanto aéreo, como terrestre y marítimo), desarrollo de agencias de turismo, etc. La correcta conjunción de estos factores, conlleva al adecuado desarrollo del turismo y, al mismo tiempo, coadyuvan al desarrollo de la economía de un país.

La motivación principal de la presente investigación es poder tratar de tener una medición en la cual se pueda apreciar cuán importante o significativo es el turismo receptivo para el Perú. De esta forma, se quiere poder ver el si el efecto del turismo receptivo sobre el PBI nacional es de gran valía o no, para poder determinar si es necesario continuar dinamizando el sector para que este sea cada vez más importante, de manera que se pueda apoyar mediante una serie de políticas afines, así como también apoyarse a través de una nueva legislación del turismo, como lo han hecho otros países, y que les ha permitido obtener excelentes resultados en este sector. En otras palabras, la motivación por realizar este estudio se centra en poder averiguar acerca de la importancia real que tiene el turismo receptivo en la economía nacional, para así poder trazar un plan que vaya acorde a poder alcanzar metas concretas en este sector que aún no está siendo aprovechado de forma correcta.

La presente investigación se va a centrar en el estudio de la relación causa-efecto entre el turismo receptivo y el crecimiento económico del país. Para llevar a cabo este estudio, se ha determinado un horizonte de tiempo de 12 años, en el cual se ha considerado el periodo 2004 – 2015, ya que se considera que durante el tiempo planteado se va a poder realizar un análisis adecuado del tema a tratar.

Asimismo, la presente investigación pretende alcanzar los siguientes objetivos específicos:

1. Construir un Modelo Econométrico que nos permita medir qué tan fuerte es la relación entre el Producto Bruto Interno Real (PBI) del Perú y las variables explicativas Ingreso de Turistas, Divisas por concepto de Turismo Receptivo y Tipo de Cambio Real.
2. Determinar, a partir de los resultados obtenidos, si se debe dar un mayor énfasis a la promoción del turismo hacia el Perú, así como también si se debe de fomentar el desarrollo de inversiones en el sector turismo.
3. Analizar la factibilidad de crear un Ministerio cuyo objetivo exclusivo sea el fomento y desarrollo del turismo, tal como sucede en países que cuentan con grandes flujos de turistas, como China, México o Turquía.

Con la finalidad de llevar a cabo una metodología que vaya acorde con lo que se quiere alcanzar en la investigación, se han elaborado las siguientes hipótesis:

### **Hipótesis General**

El ingreso anual de turistas para el período 2004 – 2015 mostró una tendencia creciente que se manifestó en el aumento del arribo de personas procedentes del extranjero. Este arribo de turistas genera grandes cantidades de dinero durante su estancia en el país y determina que el PBI se incremente año tras año como consecuencia del turismo receptivo. De esta manera, se afirma que existe una relación causa-efecto positiva entre el Producto Bruto Interno (PBI) y el Turismo Receptivo.

### **Hipótesis Específicas**

1. El ingreso creciente de turistas al Perú, en el período 2004 – 2015, determina que exista una relación positiva entre el crecimiento del PBI y el Turismo Receptivo.

2. El ingreso de divisas generado por concepto de turismo receptivo tiene un efecto positivo sobre el PBI.
3. El tipo de cambio real genera un efecto precio sobre el turismo receptivo, teniendo un impacto negativo sobre este.

Respecto de la estructura de la investigación, el cuerpo de la misma está desagregado en cuatro capítulos. En el capítulo 1 se presenta una revisión de la literatura relacionada con la definición y caracterización del crecimiento económico y el turismo. Se empieza haciendo una breve reseña acerca de los modelos de crecimiento económico más importantes, desagregando estos en tres grupos: los modelos de crecimiento exógeno, los modelos de crecimiento endógeno y los modelos neo-schumpeterianos. Posteriormente, se hace una descripción del turismo, poniendo énfasis en cuatro puntos principales: primero, se realiza una revisión acerca de la evolución del turismo a lo largo de la historia, poniendo énfasis en los momentos que se consideran más importantes para el desarrollo de este; segundo, se explica por qué es importante tener una noción acerca del significado real de turismo, ya que esto se hace indispensable para poder obtener el significado más preciso; tercero, se indica cuáles son los conceptos más relevantes en relación al turismo, teniendo en cuenta siempre sus características económicas propias; finalmente, se hace una explicación acerca de los tipos de turismo más importantes que existen, tratando de dar ejemplos que vayan acorde con las características propias de cada uno de estos.

El capítulo 2 se ocupa de dar una caracterización económica más sólida al turismo, explicando por qué es importante desde el punto de vista económico. En un primer momento, se hará referencia a lo que es un producto turístico, tomando en cuenta la importancia que este tiene. Posteriormente, se asociará este mismo concepto a las definiciones económicas clásicas de la demanda y de la oferta, tratando de explicar las características y los determinantes propios de estas, apoyándonos en todo momento en lo que dice la teoría económica. En un segundo momento, se tratará acerca de la importancia que tiene el turismo como actividad económica, destacando los principales sectores de la economía a los que beneficia. Posteriormente, se abarcarán los efectos que genera esta actividad en la economía nacional, de manera que se puedan conocer las ventajas y desventajas que se pueden generar a partir del turismo. Finalmente, se explica por qué son importantes las políticas de promoción del turismo, destacando las formas en las que se puede promover desde el Gobierno Central, así como también la responsabilidad que tienen los gobiernos subnacionales en la promoción de este.

El capítulo 3 se centrará en hacer una revisión general acerca del sector turístico en el Perú. Inicialmente, se hace una alusión a los organismos que forman parte del sector turístico en el Perú, así como también se hace una referencia a la normatividad vigente. Después, se hará una revisión panorámica de las principales políticas públicas implementadas en el sector desde inicios del siglo XX hasta el año 2015. Posteriormente, se hace un análisis estadístico de las principales variables que proporcionan datos acerca del desenvolvimiento del sector en el país, enfocándonos básicamente en tres: ingreso de turistas, divisas generadas por concepto de turismo receptivo y el nivel de inversión en infraestructura turística pública generada, todas estas para el periodo de estudio. En la parte final de este capítulo, se hará una comparación de los datos estadísticos del sector en Perú con los datos de otros países del mundo, de manera que se pueda tener una mejor visión acerca del comportamiento del sector en el país.

En el capítulo 4 se realizará la contrastación empírica de la investigación. En un primer momento, se hará una breve referencia a la literatura empírica desarrollada por varios estudiosos del tema. Posteriormente, se indicarán cuáles son las variables elegidas para desarrollar el estudio empírico, así como también se definirá el modelo econométrico con el cual se realizará las estimaciones pertinentes. En la parte final de este capítulo, se realizará un análisis profundo acerca de los resultados obtenidos con cada una de las regresiones realizadas, analizando la causalidad y dinámica que tienen cada una de las variables.

Finalmente, se llegarán a las conclusiones y recomendaciones que explicarán los resultados obtenidos de la comprobación de las hipótesis planteadas a través de los modelos elaborados en este trabajo de investigación

# CAPÍTULO I: MARCO GENERAL DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EL TURISMO

## 1.1 Modelos de crecimiento económico

La teoría del crecimiento económico es una de las ramas más dinámicas de la economía. Esta es la que identifica los determinantes del crecimiento de una economía, y es a partir de estos que se pueden establecer distintas políticas que conlleven a que la economía de un país se estimule de manera positiva.

A lo largo de la historia económica, se han desarrollado varias teorías respecto de cómo los países han desarrollado, a través de la historia, sus tasas de crecimiento. Actualmente, los economistas de la Escuela Neoclásica son los que han progresado más en el estudio del crecimiento. Entre estos, encontramos el estudio realizado por Ramsey, el cual fue popularizado después por Koopmans y Cass. Sin embargo, los aportes más significativos de la época se encuentran en los estudios de Solow y Swan. Es así, que el modelo de Solow-Swan forma parte de la piedra angular de las teorías del crecimiento económico en la actualidad.

### 1.1.1 Modelos de crecimiento exógeno

#### a) Modelo de Solow-Swan

El modelo de Solow-Swan, elaborado por Robert Solow (1956) y Trevor Swan (1956), pretende explicar cómo crecen la producción de bienes y servicios agrupados en un solo sector mediante un modelo matemático.

Los supuestos de partida del modelo son los siguientes:

- Supone una función de producción agregada con rendimientos constantes,  
$$Y_t = F(K_t, A_t L_t) = K^\alpha (A_t L_t)^{1-\alpha}.$$
- Los consumidores ahorran a una tasa constante  $s$  de la renta.
- La economía es competitiva, sin externalidades ni rendimientos crecientes a escala.
- La economía es cerrada y sin gobierno.
- La economía se encuentra en pleno empleo en el uso de factores.

- La población crece a una tasa  $n$ , esto es  $L_{t+1} = (1+n)L_t$ .
- El progreso tecnológico crece a una tasa  $g$ , esto es  $A_{t+1} = (1+g)A_t$ .
- La *Ley de Acumulación de Capital*  $K_{t+1} = I_t + (1-\delta)K_t$ , siendo  $\delta$  la tasa a la cual se deprecia.

El supuesto de rendimientos constantes de escala es útil porque nos permite reducir el modelo en términos per-cápita, medido en unidades de eficiencia. En efecto, a partir de la función de producción agregada:

$$\begin{aligned} Y_t &= K_t^\alpha (A_t L_t)^{1-\alpha} = A_t L_t K_t^\alpha (A_t L_t)^{-\alpha} \\ &= A_t L_t \left( \frac{K_t}{A_t L_t} \right)^\alpha \end{aligned}$$

el cual se reduce a:

$$\frac{Y_t}{A_t L_t} = \tilde{y}_t = \left( \frac{K_t}{A_t L_t} \right)^\alpha = \tilde{k}_t^\alpha \quad (1)$$

siendo  $\tilde{y}_t$  y  $\tilde{k}_t$  la producción per-cápita por unidades y la relación capital-trabajo respectivamente, medidas ambas en unidades de eficiencia.

Por otro lado, también es posible reducir en unidades de eficiencia la ley de acumulación de capital:

$$\begin{aligned} \frac{K_{t+1}}{A_t L_t} &= \frac{I_t + (1-\delta)K_t}{A_t L_t} \\ \frac{K_{t+1}}{A_t L_t} \frac{A_{t+1} L_{t+1}}{A_{t+1} L_{t+1}} &= \tilde{i}_t + (1-\delta)\tilde{k}_t \\ \frac{K_{t+1}}{A_{t+1} L_{t+1}} \frac{A_{t+1}}{A_t} \frac{L_{t+1}}{L_t} &= \tilde{i}_t + (1-\delta)\tilde{k}_t \\ \tilde{k}_{t+1}(1+g)(1+n) &= \tilde{i}_t + (1-\delta)\tilde{k}_t \end{aligned}$$

teniendo finalmente la ley de acumulación de capital medida en unidades de eficiencia:

$$\tilde{i}_t = \tilde{k}_{t+1}(1+g)(1+n) - (1-\delta)\tilde{k}_t \quad (2)$$

Por último, la demanda agregada es:

$$Y_t = C_t + I_t$$

reducida a términos de unidades de eficiencia y recordando que por los supuestos establecidos, los consumidores ahorran una parte constante de su renta. Entonces tenemos:

$$s\tilde{y}_t = \tilde{i}_t \quad (3)$$

reemplazando (1) y (2) en (3) y despejando para  $\tilde{k}_{t+1}$ , se tiene finalmente:

$$\tilde{k}_{t+1} = \frac{1}{(1+g)(1+n)} \left( s\tilde{k}_t^\alpha + (1-\delta)\tilde{k}_t \right) \quad (4)$$

La ecuación (4) es la *Ecuación de Movimiento de Acumulación del Capital*, medida en unidades de eficiencia. La economía alcanza su *estado estacionario* cuando la tasa de crecimiento de  $\Delta\tilde{k}_t = 0$ , lo que implica que  $\tilde{k}_{t+1} = \tilde{k}_t = 0$ . En términos de la ecuación (4), significa que debe resolverse la siguiente ecuación algebraica:

$$s\tilde{k}^\alpha - (\delta + g + n + ng)\tilde{k} = 0 \quad (5)$$

cuyas raíces son:

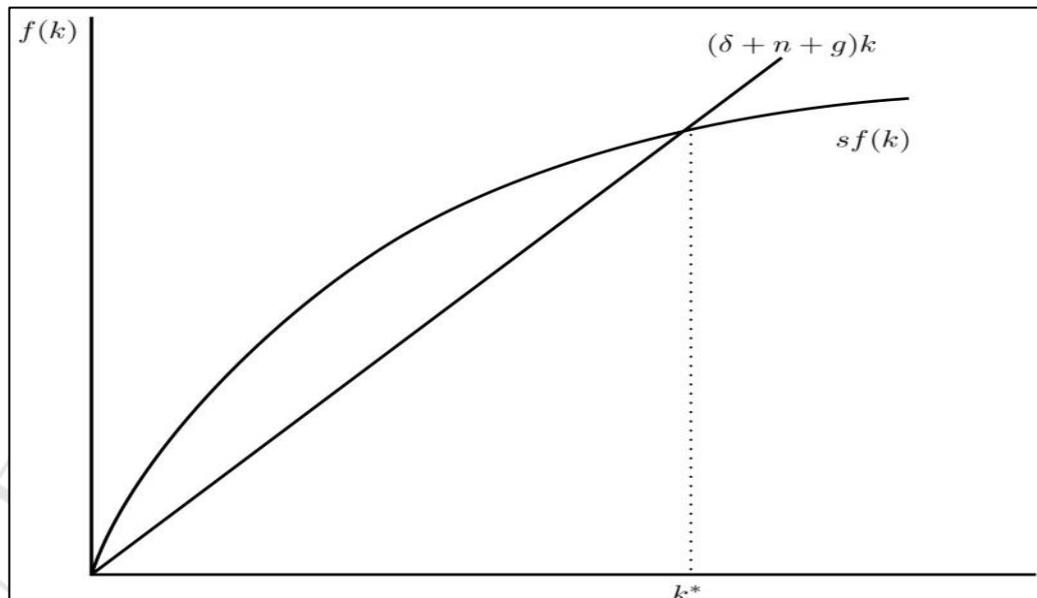
$$\tilde{k} = 0 \vee \tilde{k}^* = \left( \frac{s}{\delta + g + n + ng} \right)^{\frac{1}{1-\alpha}} \quad (6)$$

siendo la segunda de ellas la raíz relevante.

En términos gráficos, el estado estacionario en el modelo de Solow-Swan es la intersección de la curva de ahorro  $s\tilde{k}^\alpha$  y la recta  $(\delta + g + n + ng)\tilde{k}$ , como se puede apreciar en la siguiente figura:

Figura 1.1

Estado estacionario en el modelo de Solow-Swan



Este modelo presenta al menos dos dificultades metodológicas. La primera de ellas es que el modelo sufre de *la Crítica de Lucas* por la forma en que se define el comportamiento en el consumo<sup>1</sup>. Por otro lado, el crecimiento a largo plazo es exógeno respecto del modelo, por lo que sería importante conocer las fuentes que hacen que una economía acumule tecnología.

La primera de esas dificultades es abordada de forma satisfactoria por el modelo de *Ramsey, Cass y Koopmans*. Respecto de la segunda, se aborda el estudio del *Crecimiento Endógeno*.

#### b) Modelo de Ramsey, Cass y Koopmans (RCK)

A diferencia del modelo de Solow-Swan, el modelo RCK, elaborado inicialmente por Frank Ramsey (1928) y perfeccionado tiempo después por David Cass (1965) y Tjalling Koopmans (1965), modifica sustancialmente la conducta de los consumidores, incorporando en el análisis la maximización de la utilidad. Se asumirá que la oferta de trabajo es inelástica y constante a lo largo del tiempo y que no existe progreso técnico.

<sup>1</sup> Recordemos que el consumo se define como una típica función keynesiana.

Entonces, el consumidor maximiza:

$$\max_c U_t = \sum_{j=t}^{\infty} \beta^{j-t} u(c_j) \quad (7)$$

sujeta a la restricción:

$$k_{t+1} = (1+r_t)k_t - \delta k_t + w_t + d_t - c_t \quad (8)$$

siendo  $r_t$  la tasa de interés, por lo que supondremos que el hogar es dueño del capital, así como también que el capital se deprecia a la tasa  $\delta$ . El agente oferta trabajo por el cual recibe  $w_t$  y la oferta de trabajo es inelástica.

Para resolver esta clase de problemas, se recurre a un método de optimización denominado *Programación Dinámica*. Para ello, formamos una función auxiliar denominada *Ecuación de Bellman*:

$$\begin{aligned} J(k_t) = \max_{c_t} \{ & u(c_t) + \beta J(k_{t+1}) \} \\ & st. \\ & k_{t+1} = (1+r_t)k_t - \delta k_t + w_t + d_t - c_t \end{aligned} \quad (9)$$

La condición de primer orden del problema es la siguiente:

$$u'(c_t) - \beta J'(k_{t+1}) = 0 \Rightarrow u'(c_t) = \beta J'(k_{t+1}) \quad (10)$$

aplicando el *Teorema de la Envolvente*, se tiene:

$$J'(k_t) = (1+r_t - \delta)u'(c_t) \quad (11)$$

iterando un periodo hacia adelante y reemplazando en (10), obtenemos la *Ecuación de Euler* en el consumo. Esta ecuación representa la trayectoria del consumo que maximiza (7):

$$u'(c_t) = \beta(1+r_{t+1} - \delta)u'(c_{t+1}) \quad (12)$$

la cual, se interpreta de la misma forma que la decisión de consumo intertemporal de los cursos de microeconomía. Si la función de utilidad fuera logarítmica,  $u(c_t) = \ln c_t$  entonces:

$$c_{t+1} = \beta(1+r_{t+1} - \delta)c_t \quad (13)$$

En el equilibrio general (maximización del beneficio de la empresa representativa), se puede demostrar que:

$$\begin{aligned}w_t &= (1-\alpha) \frac{Y_t}{L_t} \\r_t &= \alpha \frac{Y_t}{K_t}\end{aligned}\tag{14}$$

si además  $Y_t = Ak_t^\alpha$ , la ecuación (8) se reduce a:

$$k_{t+1} = (1-\delta)k_t + Ak_t^\alpha - c_t\tag{15}$$

mientras que la ecuación de Euler se reduce a:

$$c_{t+1} = \beta(1 + \alpha Ak_{t+1}^\alpha - \delta)c_t\tag{16}$$

Una consecuencia inicial del modelo es que la tasa de ahorro en la economía no es constante. En efecto, la tasa de ahorro de la economía es:

$$s_t = \frac{Ak_t^\alpha - c_t}{Ak_t^\alpha} = 1 - \frac{c_t}{Ak_t^\alpha}$$

Este resultado muestra una diferencia importante respecto del modelo de Solow-Swan, ya que el nivel de la tasa de ahorro en el modelo RCK está en función de los parámetros del modelo, haciendo que la tasa de ahorro no pueda elegirse arbitrariamente. El estado estacionario en este modelo se da cuando  $k_{t+1} = k_t = k$ , mientras que para el consumo  $c_{t+1} = c_t = c$ . Reemplazando en las ecuaciones (15) y (16) se tiene:

$$\begin{aligned}k &= \left( \frac{A\alpha}{\beta^{-1} - 1 + \delta} \right)^{\frac{1}{1-\alpha}} \\c &= Ak^\alpha - \delta k\end{aligned}\tag{17}$$

siendo la tasa de ahorro en el estado estacionario:

$$s = \frac{\delta}{A} k^{1-\alpha}\tag{18}$$

Cabe preguntarse si este modelo tiene las mismas propiedades dinámicas que el modelo de Solow-Swan. La respuesta es negativa. La dinámica de transición del modelo RCK se muestra en la figura 1.2.

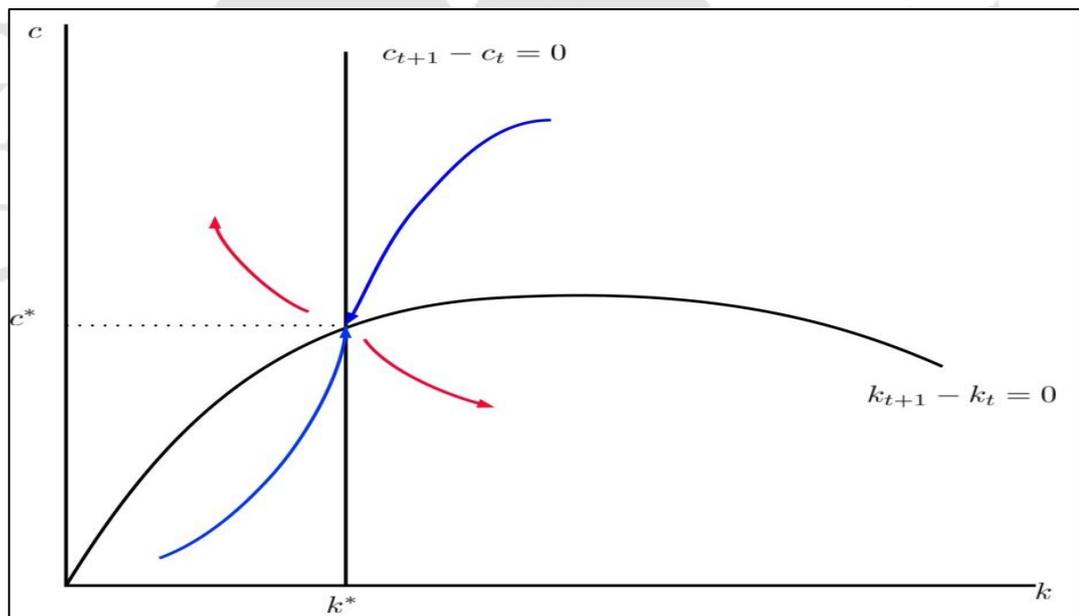
Como se comentó anteriormente, a diferencia del modelo de Solow-Swan, que es un modelo *globalmente estable*, en el modelo RCK solo una de las trayectorias que permitirá a esta economía alcanzar el estado estacionario debe satisfacer la siguiente condición de transversalidad:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta^t u'(c_t) (1 + f'(k_t) - \delta) k_t = 0 \quad (19)$$

la cual es representada por la trayectoria azul en la figura 1.2. Asimismo, el modelo indica que durante el proceso de transición existe una correlación positiva entre consumo y capital.

Figura 1.2

Estado estacionario y dinámica de transición en el modelo RCK



### 1.1.2 Modelos de crecimiento endógeno

#### a) Modelo AK

Este modelo es el resultado de explicar los determinantes del crecimiento más allá de los expuestos en el modelo de Solow-Swan, el cual predice que solo puede existir crecimiento si existen mejoras tecnológicas y no permite introducir

progreso técnico dentro del modelo, por lo que este debe suponerse exógeno. Esto motivó a la publicación del trabajo pionero de Romer (1986), en lo que se conoce hoy como *Crecimiento Endógeno*.

El punto de partida de este modelo es el suponer que existe una *economía centralizada*, puesto que el resultado que se obtiene, al no introducir distorsiones, es idéntico al que se obtendría en una economía descentralizada. Por tanto, el *planificador central* deberá resolver el siguiente problema:

$$U_t = \sum_{j=t}^{\infty} \beta^{j-t} u(c_j) \quad (20)$$

st.

$$k_{t+1} = f(k_t) + (1 - \delta)k_t - c_t$$

donde  $f(k_t) = Ak_t$ , y presenta rendimientos constantes de escala. Al igual que en el modelo RCK, utilizaremos nuevamente el método de programación dinámica para resolver este problema. La ecuación de Bellman del problema (20) es:

$$J(k_t) = \max_{c_t} \{u(c_t) + \beta J(k_{t+1})\} \quad (21)$$

st.

$$k_{t+1} = Ak_t + (1 - \delta)k_t - c_t$$

siendo la condición de primer orden:

$$u'(c_t) - \beta J'(k_{t+1}) = 0 \Rightarrow u'(c_t) = \beta J'(k_{t+1}) \quad (22)$$

aplicando nuevamente el teorema de la envolvente, se tiene:

$$J'(k_t) = (1 + A - \delta)u'(c_t)$$

iterando un periodo hacia adelante y reemplazando en (22), se tiene la ecuación de Euler:

$$u'(c_t) = \beta(1 + A - \delta)u'(c_{t+1}) \quad (23)$$

A partir de (23), podemos apreciar que a diferencia del modelo RCK, en el modelo AK la evolución óptima en el consumo depende únicamente de los parámetros del modelo, por lo que es constante. Si  $1 + A > \delta$ , el crecimiento siempre será positivo, de lo contrario siempre será negativo o nulo. Adicionalmente, puede demostrarse que:

$$\frac{c_{t+1}}{c_t} = \frac{y_{t+1}}{y_t} = \frac{k_{t+1}}{k_t} \quad (24)$$

Si la función de utilidad es del tipo CES:

$$u(c_t) = \frac{c_t^{1-\theta} - 1}{1-\theta}$$

la ecuación de Euler (23), se reduce a:

$$c_{t+1} = [\beta(1+A-\delta)]^{\frac{1}{\theta}} c_t \quad (25)$$

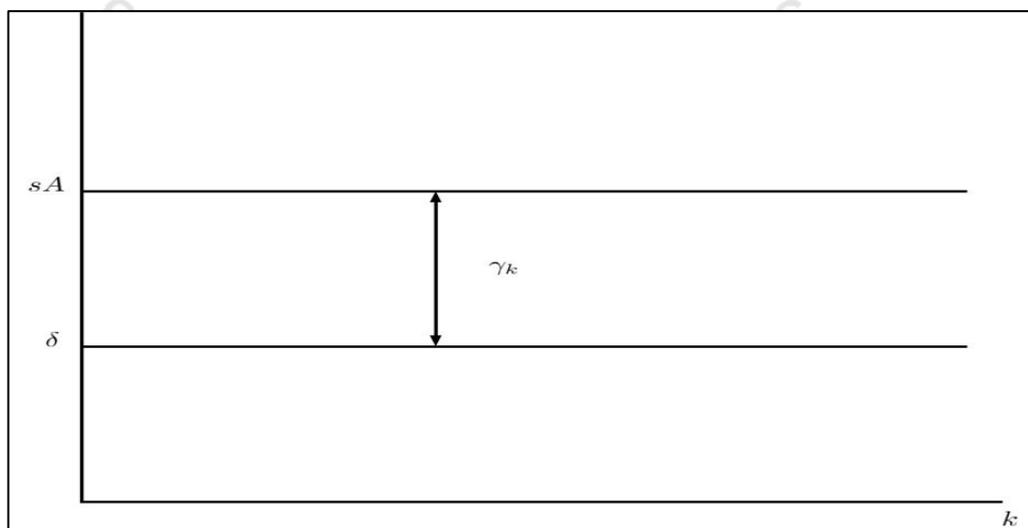
por lo que:

$$\frac{k_{t+1} - k_t}{k_t} = sA - \delta \quad (26)$$

Una conclusión importante de (26), es que la tasa de crecimiento de esta economía no depende del stock de capital de la misma, lo que indica que la tasa de crecimiento será independiente de la riqueza del país, no importando si el país es rico o pobre. Otra conclusión del modelo es que no existe estado estacionario, salvo en el caso que  $sA = \delta$ , por lo que es posible encontrar siempre crecimiento en la economía sin la necesidad de recurrir al progreso tecnológico exógeno como se suponía en los modelos anteriores (ver figura 1.3).

Figura 1.3

Crecimiento en el modelo AK



Otra consecuencia del modelo es que pueden justificarse las distintas tasas de crecimiento entre los países, de tal forma que los países que presenten tasas de ahorro elevadas tendrán crecimientos positivos, mientras que los países con tasas de ahorro bajas tendrán crecimientos negativos o nulos.

En una influyente investigación de Jones y Manuelli (1990), demostraron que no es necesario el supuesto de rendimientos constantes de escala para producir crecimiento endógeno. En efecto, introduciendo la siguiente función de producción per-cápita:

$$f(k_t) = Ak_t + k_t^\alpha \quad (27)$$

sus respectivas productividades marginal y media son:

$$f'(k_t) = A + \alpha k_t^{\alpha-1}$$

$$\frac{f(k_t)}{k_t} = A + k_t^{\alpha-1}$$

siendo ahora decrecientes, pero *acotadas inferiormente*, siendo su mínimo valor el parámetro  $A$ . Si la función de utilidad es del tipo CES, entonces la ecuación de Euler será:

$$c_{t+1} = \left[ \beta(1 + A + \alpha k_t^{\alpha-1} - \delta) \right]^{\frac{1}{\theta}} c_t \quad (28)$$

que a diferencia del modelo AK, sí depende del stock de capital. Sin embargo, para valores grandes de  $k_t$ , la tasa de crecimiento depende de que tan grande sea el valor de  $A$  respecto de  $\delta$ . Esta situación es conocida como *crecimiento sostenido* y se caracteriza porque nunca alcanzará el estado estacionario, salvo si  $A < \delta$ . Lo anterior demuestra que para obtener crecimiento endógeno, no es necesario que la función de producción sea lineal, de acuerdo a Barro y Sala-i-Martin (2004).

Una de las principales críticas relativas a este modelo es que el supuesto de rendimientos constantes de escala no parece estar sustentado por la evidencia empírica (Sala-i-Martin, 2000). Otra de las críticas es que el modelo predice altas tasas de crecimiento si las tasas de inversión son altas, lo cual ha sido refutado por Jones (2005b), quien utilizando datos de la OCDE, encuentra que no existe

correlación entre las tasas de inversión y las tasas de crecimiento entre los países en estudio.

### b) Inclusión del capital humano

A partir del trabajo de Uzawa (1965) e incorporando las ideas que desarrollara Romer (1986), Lucas (1988) desarrolla un modelo de crecimiento endógeno en el que incluye la idea de *capital humano*, concebido como nivel de capacitación del trabajador, lo cual significa que un trabajador capacitado puede producir más que uno no capacitado<sup>2</sup>. Lucas supone la siguiente ecuación de movimiento para el capital humano en términos agregados:

$$H_{t+1} = B(1-u_t)H_t$$

donde  $B$  es un parámetro positivo y  $u_t$  es una fracción de capital humano que no se dedica a la formación de capital humano. Adicionalmente, se supone que la depreciación del capital humano es nula.

Reduciendo la expresión anterior en términos per cápita, se tiene:

$$h_{t+1} = B(1-u_t)h_t \quad (29)$$

Lucas, supone una economía con dos sectores. El primero de ellos dedicado a la formación de capital humano, y el segundo de ellos dedicado a la producción de bienes. La función de producción es:

$$Y_t = AK_t^\alpha (u_t H_t)^{1-\alpha} \quad (30)$$

Al igual que en el caso del capital humano, la depreciación es cero. Por lo que la formación de capital físico es:

$$K_{t+1} = AK_t^\alpha (u_t H_t)^{1-\alpha} - C_t \quad (31)$$

expresión que reducida a términos per-cápita queda:

$$k_{t+1} = Ak_t^\alpha (u_t h_t)^{1-\alpha} - c_t \quad (32)$$

por lo que ahora, el problema del planeador es el siguiente:

<sup>2</sup> Asimismo, Lucas asume que el agente distribuye su tiempo entre diversas actividades, entre las cuales están las actividades que incrementan su capital humano.

$$\max_{c_t} \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t u(c_t) \quad (33)$$

*st.*

$$k_{t+1} = Ak_t^\alpha (u_t h_t)^{1-\alpha} - c_t$$

$$h_{t+1} = B(1-u_t)h_t$$

Resolver (33) es más complicado que resolver (20), porque ahora tenemos dos restricciones. La ecuación de Bellman para el problema (33) es:

$$J(k_t, h_t) = \max_{c_t, u_t} \{u(c_t) + \beta J(k_{t+1}, h_{t+1})\} \quad (34)$$

*st.*

$$k_{t+1} = Ak_t^\alpha (u_t h_t)^{1-\alpha} - c_t$$

$$h_{t+1} = B(1-u_t)h_t$$

las condiciones de primer orden son:

$$u'(c_t) - \beta J_k(k_{t+1}, h_{t+1}) = 0 \quad (35)$$

$$(1-\alpha)\beta J_k(k_{t+1}, h_{t+1}) Ak_t^\alpha h_t^{1-\alpha} u_t^{-\alpha} - \beta J_h(k_{t+1}, h_{t+1}) B h_t = 0 \quad (36)$$

aplicando el teorema de la envolvente tenemos:

$$J_k(k_t, h_t) = \beta J_k(k_{t+1}, h_{t+1}) (1 + \alpha Ak_t^{\alpha-1} (u_t h_t)^{1-\alpha}) \quad (37)$$

$$J_h(\bullet)_t = \beta J_h(\bullet)_{t+1} ((1-\alpha) A u_t k_t^\alpha (u_t h_t)^{-\alpha}) + \beta J_h(\bullet)_{t+1} (B(1-u_t) + 1) \quad (38)$$

reemplazando (37) en (35), adelantando un periodo y reemplazando nuevamente en (35), obtenemos la ecuación de Euler:

$$u'(c_t) = \beta (1 + \alpha Ak_{t+1}^{\alpha-1} (u_{t+1} h_{t+1})^{1-\alpha}) u'(c_{t+1}) \quad (39)$$

A partir de (38), y reemplazando antes (35) en la misma, se tiene:

$$J_h(\bullet)_t = u'(c_t) u_t \left[ (1-\alpha) A \left( \frac{k_t}{u_t h_t} \right)^\alpha \right] + \beta J_h(\bullet)_{t+1} (1 + B(1-u_t)) \quad (40)$$

utilizando (36):

$$u'(c_t) (1-\alpha) A \left( \frac{k_t}{u_t h_t} \right)^\alpha u_t = \beta J_h(k_{t+1}, h_{t+1}) B u_t \quad (41)$$

introduciendo (41) en (40) se obtiene:

$$J_h(k_t, h_t) = \beta J_h(k_{t+1}, h_{t+1})(1+B) \quad (42)$$

recurriendo nuevamente a (36) tenemos:

$$u'(c_t)(1-\alpha) \frac{A}{B} \left( \frac{k_t}{u_t h_t} \right)^\alpha = \beta J_h(k_{t+1}, h_{t+1}) \quad (43)$$

que reemplazando en (42) se reduce a:

$$J_h(k_t, h_t) = u'(c_t)(1-\alpha) \frac{A}{B} \left( \frac{k_t}{u_t h_t} \right)^\alpha (1+B) \quad (44)$$

por lo que, adelantando un periodo, multiplicando por  $\beta$  y reemplazando nuevamente en (42) tenemos finalmente:

$$u'(c_t) \left( \frac{k_t}{u_t h_t} \right)^\alpha = \beta u'(c_{t+1}) \left( \frac{k_{t+1}}{u_{t+1} h_{t+1}} \right)^\alpha (1+B) \quad (45)$$

asumiendo una utilidad logarítmica  $u = \ln c_t$ , la expresión anterior queda reducida a:

$$c_{t+1} \left( \frac{u_{t+1} h_{t+1}}{u_t h_t} \right)^\alpha = \beta \left( \frac{k_{t+1}}{k_t} \right)^\alpha (1+B) c_t \quad (46)$$

Con esto, se tiene que las ecuaciones definidas en (39), (46), (32) y (29) establecen la dinámica de transición del modelo planteado por Lucas. Sin embargo, la no linealidad de la solución impide un mayor análisis de la misma. En resumen, Lucas plantea un modelo en el cual la acumulación de capital humano es el motor del crecimiento ya que, según su autor, la tecnología es accesible de manera idéntica para todos los países, toda vez que no se puede explicar las diferencias tanto en nivel como en tasa de crecimiento del producto per-cápita.

### 1.1.3 Modelos neo-schumpeterianos

#### a) Modelo de Romer

Romer (1990), desarrolla un modelo de tres sectores, en el que el progreso tecnológico es el resultado de la optimización de los agentes que realizan inversiones en I+D<sup>3</sup>, que son motivados por los incentivos que generan los

<sup>3</sup> Investigación y Desarrollo.

mercados. Aquí, la inversión en I+D genera nuevos productos sobre los cuales las empresas que se dedican a la investigación tienen poder de mercado. A partir de este modelo, Aghion y Howitt (1992) desarrollan su modelo en el que el progreso técnico se genera de la mejora en la calidad de los productos ya existentes, en lugar de crear nuevos.

Este modelo de Romer se desarrolla con tres supuestos para justificar la presencia de competencia imperfecta ya que, según el autor, la competencia perfecta no genera los incentivos necesarios para la inversión en I+D. Estos supuestos son los siguientes:

- El cambio tecnológico es la base del crecimiento económico.
- El progreso técnico es el resultado de la forma en la que los agentes reaccionan ante los incentivos del mercado.
- Al momento en el que se incurre en el costo de desarrollo de un nuevo producto, la forma de producirlo puede ser utilizada continuamente sin incurrir en costos adicionales. Esto hace que conseguir nuevos procesos de producción para desarrollar nuevos productos sea equivalente a un costo fijo.

Adicionalmente, Romer supone que la tecnología es un bien no rival y parcialmente excluyente; es decir, la tecnología tiene características parciales de un bien público.

Los tres sectores descritos en el modelo son:

- *Bienes finales*: En este sector, se combinan factores productivos para producir un bien final. Estos factores son: trabajo ( $L_t$ ), capital físico ( $K_t$ ), la parte (del total) que se dedica del capital humano a este sector ( $H_Y$ ), siendo el capital físico la suma finita de los bienes intermedios. Esto es:

$$K_t = \sum_{i=1}^{J_t} x_{it}^{1-\alpha-\beta}$$

siendo  $x_{it}$  la cantidad del  $i$ -ésimo bien intermedio que demanda la empresa  $i$ . La función de producción está definida como:

$$Y_t = H_Y^\alpha L_t^\beta \sum_{i=1}^{J_t} x_{it}^{1-\alpha-\beta} \quad (47)$$

- *Bienes intermedios*: A diferencia del sector anterior, el sector de bienes intermedios no puede ser descrita con una única empresa representativa, ya que existen muchas empresas, tantas como por cada  $i$ . Por ello, el capital queda definido como:

$$K_t = \mu \sum_{i=1}^{J_t} x_i$$

donde  $\mu$  se define como la proporción de unidades del bien final no consumido por cada unidad del bien intermedio  $x_i$ . Siendo la ecuación de movimiento para el capital:

$$K_{t+1} = Y_t - C_t = H_{Y_t}^\alpha L_t^\beta \sum_{i=1}^{J_t} x_{it}^{1-\alpha-\beta} - C_t$$

Por último, el bien intermedio  $x_i$  está sujeto a una patente, por lo que solo el dueño de la misma puede producir dicho bien intermedio; es decir, se introduce un poder de monopolio en la fabricación de este bien. Por tanto, el precio del bien  $x_i$  será mayor al de la competencia.

- *I+D*: Este sector está dedicado a la búsqueda de nuevos diseños. En este, el único factor productivo es el capital humano, el cual tiene por ecuación de movimiento:

$$J_{t+1} = \delta H_{J_t} J_t$$

donde  $H_{J_t}$  es el capital humano dedicado a este sector. Siendo ahora  $\delta$  la tasa a la cual se inventan nuevos diseños.

Utilizando un método similar al de los anteriores modelos<sup>4</sup>, Romer encuentra que, solo habrá crecimiento si:

$$\frac{J_{t+1}}{J_t} = \delta H_{J_t} > 0$$

lo cual indica que la productividad de la investigación es creciente en el tiempo, independientemente de la trayectoria del capital humano. Adicionalmente, si  $\delta = 1$

<sup>4</sup> En realidad, Romer (1990) utiliza el Principio del Máximo.

, el incremento en el total del capital humano  $H = H_Y + H_J$ , eleva el crecimiento económico. Por tanto, el capital humano sigue siendo relevante en este modelo, ya que si fuese bajo o se dedicara en su totalidad a la producción del bien final, el crecimiento sería nulo.

## b) Modelo de Aghion y Howitt

Según Solow (2000), el modelo de Aghion y Howitt posee tres características importantes:

- La introducción de alguna oportunidad a los procesos de I+D.
- La introducción de la *destrucción creativa* de Schumpeter.
- El modelo permite generar *ciclos endógenos*.

Este es un modelo de tres sectores, los mismos descritos que en Romer (1990):

- *Bienes finales o de consumo*: La función de producción presenta rendimientos constantes de escala, siendo:

$$Y = AF(x)$$

siendo  $x$  el bien intermedio y  $A$  su productividad. Esta última debe crecer a la tasa  $\gamma$ ; es decir:

$$\frac{A_{t+1}}{A_t} = \gamma$$

- *Bienes intermedios*: Sector en el cual se emplea únicamente trabajo calificado. Esto es:

$$x = L$$

siendo  $L$  el trabajo calificado. En este sector existe un poder monopólico, además que no está sujeto a las patentes que fueron registradas con anterioridad. Por tanto, su objetivo es maximizar el valor esperado de sus utilidades y supone por dada la cantidad de investigación en cada momento de tiempo. Asimismo, la nueva patente generada tiene una duración infinita en la práctica, puesto que solo expira hasta que se genere una nueva innovación que incremente su calidad.

- *I+D*: En este sector las innovaciones se presentan en forma aleatoria y siguen un *proceso de Poisson*. El empleo que se contrata es trabajo calificado, por lo que el flujo de innovaciones puede expresarse de la siguiente manera:

$$\lambda n$$

donde  $\lambda$  es la productividad del sector y  $n$  es el empleo calificado. Asimismo, por lo supuestos iniciales, se generan dos tipos de externalidades, una positiva y una negativa. La primera tiene a su vez dos componentes. El primero de ellos permite que la innovación  $i$  genere posteriormente la innovación  $i + 1$ ; el segundo de ellos permite que las rentas que pueda obtener el monopolista sean inferiores al excedente del consumidor. La externalidad negativa se presenta cuando la aparición de la nueva tecnología elimina las rentas de la empresa que produjo la tecnología. Es decir, el nuevo monopolista hace desaparecer los beneficios conseguidos con la innovación anterior al dejarlo obsoleto. A esta externalidad se le denomina efecto “robo del negocio”.

Este modelo, queda definido por dos ecuaciones. La primera de ellas, conocida como *Condición de Vaciado de Mercado*, y la segunda conocida como *ecuación de Arbitraje*. La condición de vaciado de mercado indica que la cantidad total de mano de obra es:

$$\bar{L} = n_i + x(w_i)$$

Esta muestra que el mercado laboral no presenta distorsiones, permitiendo un salario en función del crecimiento. La ecuación de arbitraje es:

$$w_i = \lambda \left( \frac{\gamma \pi_{i+1}}{\rho + \lambda n_{i+1}} \right)$$

donde  $w_i$  es el salario,  $\pi_i$  es el beneficio del monopolista y  $\rho$  es la tasa de descuento subjetiva. En el estado estacionario, se debe cumplir lo siguiente:

$$\frac{Y_{i+1}}{Y_i} = \gamma^{\epsilon(t)}$$

donde  $\epsilon(t)$  son las innovaciones que se han realizado en el estado estacionario entre el momento  $t$  y  $t + 1$ , por lo que la tasa esperada de crecimiento es:

$$E(\ln Y_{t+1} - \ln Y_t) = \lambda \ln \gamma$$

siendo esta un proceso *random walk*.

## 1.2 Marco general del turismo

### 1.2.1 Breve reseña histórica del turismo

El turismo ha estado presente desde que empezó la historia de la humanidad. Por ejemplo, cuando hablamos de los nómadas, podemos estar hablando de alguna forma, de los primeros turistas. En sí esto no se trataba de un mero acto de turismo, ya que no eran actos de libre voluntad, sino que eran realizados por la misma idiosincrasia que caracterizaba a los pueblos nómadas, ya que era su estilo de vida, su forma de subsistencia, que hacía que no tuvieran un lugar fijo de residencia.

La génesis del turismo ha sido discutida de manera extensa en los diferentes estudios realizados. Por ello, es común que se encuentren puntos de vista distintos respecto de cuál es el posible origen de la actividad turística. Algunos estudiosos del tema consideran que el surgimiento del turismo se remonta a la época de las obras cumbres del escritor griego Homero, La Ilíada y la Odisea (aproximadamente unos 1000 años a.C.). Otros autores consideran que el turismo se inicia con los viajes realizados por razones comerciales, o incluso con la búsqueda de la subsistencia, por medio de lugares que puedan ofrecer determinados bienes para poder sobrevivir. Otros autores también consideran que estos primeros viajes se realizaron por razones de estado, deseos de expansión territorial o por viajes de expedición a ultramar. Desde estas épocas se tienen referencias de que ya se utilizaban los términos “extranjeros” y el de “don de la hospitalidad”.

Se podría considerar que las altas culturas de la antigüedad, como la egipcia, la griega y la romana, fueron las que dieron inicio al desarrollo de las condiciones necesarias para realizar los viajes. Como se mencionó en el párrafo anterior, motivos de índole comercial, pero sobre todo razones políticas, fueron las principales causas de estos viajes durante esta época. En la Edad Media, los viajes se realizaban básicamente por motivos religiosos (peregrinaciones) y políticos (las Cruzadas). De esta forma, se convierten en el epicentro de los movimientos por todo el continente. La Edad Moderna se caracterizó por haber sido el escenario en el cual se realizaron las grandes expediciones marítimas, realizadas por aquellos que anhelaban descubrir qué había más allá del horizonte. Gracias

a estas pudieron descubrirse tierras inhóspitas hasta ese momento, como algunas zonas desconocidas de Asia y, sobre todo, el continente americano. Se podría considerar que si bien hasta este momento aún no existía uniformidad respecto de cuándo nace el turismo como actividad, ya se empieza a asociar la idea de turismo con la idea de realizar viajes por ocio y placer.

Ya en la Edad Contemporánea, lo que hasta entonces había sido una lenta evolución del turismo como actividad recreativa, pasó a ser una de las formas más importantes de desarrollo de ocio por parte de las personas. Acontecimientos importantes como la Primera y la Segunda Revolución Industrial, fueron factores que permitieron que el turismo sufra una transformación de grandes dimensiones. Uno de los hechos más relevantes que devinieron de ambas fases, fue el acelerado desarrollo del transporte, tanto aéreo, como marítimo y terrestre, lo que coadyuvó a que las personas pudieran movilizarse de una forma más cómoda y rápida, además que les permitió poder realizar travesías más largas.

A partir del siglo XX, el turismo continuó con su acelerado desarrollo, y al igual que en etapas anteriores, el hombre también fue cambiando de acuerdo a sus características y necesidades, y esto es lo que ha provocado que el turismo aumente cada vez más su relevancia mundial. Es en esta etapa en la cual el turismo ya empieza a convertirse en una actividad recreativa y económica.

En los siguientes párrafos vamos a hacer una concisa y pequeña descripción acerca de las diversas etapas del turismo en la historia, haciendo mención a todos los períodos que fueron mencionados con anterioridad en esta sección:

#### **a) Edad Antigua**

##### **Mesopotamia, Egipto y Fenicia**

La milenaria cultura Mesopotamia nos brinda el que probablemente es el primer escrito que muestra el interés del ser humano por realizar viajes. De esta manera, *La Epopeya de Gilgamesh* nos habla acerca de un aventurero, Gilgamesh, quien junto con su amigo Enkidu, realizan viajes por todo lo largo y ancho del mundo, contemplando maravillas y prodigios que los dejan fascinados. Tras una enfermedad que Enkidu contrae y que finalmente lo mata (la cual se dice fue provocada por un Dios de la mitología Sumeria), Gilgamesh emprende un largo

viaje que lo llevó por distintos lugares (de acuerdo al relato, se dice que Gilgamesh incluso llega al infierno), con el fin de poder liberar a su amigo de la muerte.

Uno de los motivos que coadyuvaron a que los ciudadanos mesopotámicos pudieran realizar estos viajes, se debió a que la cultura mesopotámica había desarrollado una serie de caminos y carreteras que permitían a sus ciudadanos poder movilizarse de un lado a otro. Asimismo, habían desarrollado un complejo y eficaz sistema de navegación, por medio de canales que comunicaban todas las ciudades del Reino. Incluso algunos de estos canales solían desembocar en el mar, con lo cual los ciudadanos podían estar mejor conectados con otros lugares. De esta forma, la actividad comercial que realizaban con otras ciudades de otras culturas podía hacerse de una forma más eficiente.

Al mismo tiempo que se desarrollaban estos sendos sistemas de comunicación, el transporte comenzó a sufrir cambios positivos respecto de épocas pasadas. Es así que los mesopotámicos crearon una serie de vehículos de transporte terrestre, entre los cuales destacan unos carros de mediano tamaño, que estaban empotrados sobre unas ruedas, y que eran tirados por bueyes o asnos. Por el lado del transporte marítimo, los mesopotámicos habían desarrollado una serie de barcos, los cuales se caracterizaban por tener un fondo plano y, además, estaban equipados con un sistema de velas, las que permitían agilizar el movimiento de los barcos por el mar.

Algunas fuentes escritas dan constancia de que fue durante esta época que se empezó a desarrollar el turismo de corte religioso, ya que al tener la cultura Mesopotamia tan arraigada sus creencias en determinadas deidades, era común que los ciudadanos realizaran peregrinaciones a ciertos lugares para poder rendirles tributos a estas.

Por otro lado, en Egipto también se habían desarrollado una serie de caminos y vías fluviales, los cuales permitían a los ciudadanos poder estar conectados con todo el Imperio. Además, más adelante se construyeron una serie de caminos que iban más allá de los dominios egipcios, de manera que se desarrollaron una serie de carreteras y vías que alcanzaban otros lugares de vital importancia para el Imperio, tales como el Líbano, Sudán, y varios países del continente africano.

Para poder realizar estos viajes, los egipcios, al igual que los mesopotámicos, habían creado una serie de canoas y pequeños barcos, de manera que las personas podían desplazarse a través del río Nilo. Por las características propias de este, estas pequeñas embarcaciones estaban equipadas con remos y velas, las cuales eran utilizadas de acuerdo al clima. Es así, que dependiendo de las características climáticas del momento, se podía usar el remo cuando había un clima seco, y las velas se podían utilizar cuando los fuertes vientos de determinadas épocas del año ayudaban a que las embarcaciones pudieran aprovechar estas y así alcanzar una velocidad de casi 70 kilómetros por hora. Se sabe también que los egipcios habían creado un tipo de transbordador, con el cual los ciudadanos podían cruzar el río. Por el lado del transporte terrestre, se contaban con una serie de vehículos parecidos a los que se habían desarrollado en Mesopotamia. Sin embargo, como consecuencia de la geografía del lugar, se hacía un poco complicado el viajar entre determinadas áreas del Reino, ya que el desierto dificultaba los viajes. Básicamente lo que realizaban los ciudadanos egipcios eran viajes de corte comercial, y esto pudo ser posible gracias a estas vías fluviales y caminos y carreteras que se desarrollaron. Debido a estos, los egipcios estaban comunicados a lo largo y ancho de todo su territorio.

Varios personajes importantes de Egipto realizaron viajes de expedición por África y otras partes del mundo. Entre los más resaltantes tenemos los viajes realizados por el gobernador Harkhuf hacia Sudán y Nubia, los viajes de expedición realizados en el océano Índico por Henenu y el realizado por la reina Hatshepsut hacia el país de Punt.

Algunas fuentes escritas de la época cuentan que por este periodo, las personas ya empezaban a desarrollar el turismo como actividad. De esta manera, se cuentan con informes en los cuales se manifiesta que las personas solían ir a pasar una temporada a algún otro punto del Reino por motivos de índole familiar. Asimismo, las peregrinaciones religiosas, tal como en Mesopotamia, eran viajes característicos que los egipcios solían realizar. También se tiene información que las élites egipcias solían pasar largas temporadas en lugares especiales, donde contaban con residencias exclusivas para poder disfrutar de sus tiempos de asueto.

La cultura Fenicia fue un pueblo que se caracterizó por la fuerte actividad comercial que realizaba. Debido a esto, los fenicios tuvieron el control de los mares Mediterráneo y Rojo por mucho tiempo, de forma que ellos ya tenían establecidas determinadas rutas, con lo que se les facilitaba realizar comercio con otros lugares.

Al igual que los egipcios y los mesopotámicos, los fenicios contaban con determinados vehículos de transporte marítimo, entre los cuales destacan unos barcos de gran amplitud, que se movilizaban por el mar por medio de cinco remos de gran tamaño. Uno de los viajes marítimos más conocidos realizados por un fenicio es el de Hanno el cartaginés, quien al mando de sesenta barcos realizó una serie de viajes hacia lugares lejanos, con la intención de fundar colonias.

De acuerdo a algunas fuentes escritas, se tiene constancia de que, al igual que los egipcios, los fenicios también realizaban viajes por ocio y placer. Incluso se tiene constancia que en este tiempo existían algunas instituciones que se encargaban de organizar viajes hacia determinados destinos.

### **Grecia**

En la Grecia Clásica se daba gran importancia al ocio y el tiempo libre se dedicaba a la cultura, diversión, religión y el deporte. De esta manera, se podría considerar que los primeros viajeros en realizar actividad turística salieron de Grecia. Esto pudo ser posible gracias a que en las antiguas ciudades de Grecia se pudo desarrollar una intensa vida cultural. Como consecuencia de esto, se formaron clases sociales bien instruidas, lo que coadyuvó a que estas tuvieran intereses en conocer otros lugares.

Al igual que en Egipto y Mesopotamia, los medios de transporte utilizados por los griegos eran carretas tiradas por animales pesados, además también se solía utilizar el caballo como medio de transporte, e incluso algunas personas solían realizar sus excursiones a pie. Por el lado del transporte marítimo, al ser Grecia una península que está rodeada (en su mayoría) por el océano, las embarcaciones navieras desarrolladas por estos fueron de diversos tamaños, y estas se solían utilizar de acuerdo al motivo del viaje. Quizás por este motivo los griegos fueron conocidos por ser unos extraordinarios navegantes.

Los movimientos más destacados son los que se realizaban con razón de presenciar los Juegos Olímpicos, a las que solían acudir miles de personas. Los principales destinos eran Atenas, Delfos, Dodona y Olimpia. Por otro lado, las personas más adineradas solían hacer viajes más largos con el fin de conocer lo que se conocía como “Las siete maravillas del Mundo”. De esta forma, conocer la Gran Pirámide de Guiza, los Jardines Colgantes de Babilonia, el Templo de Artemisa, la Estatua de Zeus, el Mausoleo de Halicarnaso, el Coloso de Rodas y el Faro de Alejandría, se volvieron en la obsesión de las personas que tenían los medios económicos para realizarlo.

Otros tipos de movimientos que se realizaron en Grecia fueron los de corte comercial. Al igual que otras culturas, el comercio fue uno de pilares de la economía griega. Como ya se mencionó, por la ubicación geográfica de Grecia, la principal ruta de acceso con la que contaban los griegos para hacer comercio era por el mar. De esta forma, sus naves partían desde sus puertos en el mar Mediterráneo y se dirigían a diversos lugares con los cuales se tenía un fuerte vínculo comercial. Incluso se tiene registro de que los griegos llegaron a lugares muy alejados, como Hispania. Es así que se desarrollaron varias rutas marítimas, las cuales sirvieron para que pudieran circular, tanto mercancías como pasajeros. Asimismo, la guerra fue otra actividad que también generó masivos movimientos de personas, de forma que varias de las rutas que se crearon fueron usadas también para poder llevar soldados hacia los lugares en los cuales se iban a desarrollar batallas. De esta manera, se buscaba obtener una ventaja por medio de las rutas marítimas para así poder llegar más rápido a los lugares de combate y poder establecer posiciones estratégicas en estos sitios.

Los griegos cuando solían realizar viajes, siempre lo hacían teniendo un objetivo. De esta forma, solo algunos cuantos viajes pudieron haber llegado a ser realmente de placer. Esto se debió a que los viajes que realizaban los griegos tenían un fin religioso, comercial, político, entre otros. Por lo general, los viajes por motivos religiosos tuvieron gran connotación en Grecia. Es así que muchas personas solían dirigirse a lugares tales como el Santuario de Epidauro, lugar el cual se le rendía tributo a Esculapio (Dios de la medicina). También era común que los griegos fueran a escuchar el oráculo de Apolo en Delfos o el oráculo de Zeus en Dodona.

Los Juegos Olímpicos en Olimpia probablemente fue el acontecimiento que movilizó más personas en Grecia. Durante esta época miles de personas de todos lados solían dirigirse a participar en este evento. Las competiciones deportivas eran la principal atracción; sin embargo, durante el evento también se realizaban otros tipos de actividades culturales, tales como la música y el teatro. Se tiene conocimiento que durante los Juegos, se desarrollaba una gran industria turística, ya que se solían ofrecer lugares de alojamiento a los visitantes, así como también se solía encontrar puestos de bebida y comida, incluso solían venderse “souvenirs” como un recuerdo del viaje que estos realizaban.

### **Roma**

Se podría considerar a la cultura romana como la primera en desarrollar el turismo como una actividad importante. Los romanos se caracterizaban por saber diferenciar entre el ocio y el trabajo, por lo que cada vez que sus finanzas se los permitían, solían dedicarle tiempo al descanso y a la diversión. Esto pudo ser posible ya que en la Roma Imperial se solía invertir mucho en celebraciones y fiestas, en las cuales la población tenía una activa participación. Es así que los romanos solían asistir a los espectáculos teatrales y circenses que se ofrecían. Por supuesto no se puede dejar de mencionar los espectáculos deportivos, en los cuales destacaban las carreras de carros y, sobre todo, las luchas de gladiadores.

Así como en Egipto, Grecia y Mesopotamia, el Imperio Romano desarrolló grandes obras de infraestructura vial. Una enorme cantidad de caminos y carreteras permitieron mantener a todo el Imperio conectado. Es así que se calculan que durante este periodo se construyeron aproximadamente 90.000 kilómetros de carreteras y 200.000 kilómetros de caminos que mantenían interconectadas todas las provincias dominadas por Roma. En varios de estos caminos se desarrollaron puentes y túneles, los cuales facilitaban la conectividad de un lugar a otro. Por otro lado, también se desarrollaron grandes puertos y vías fluviales, que permitían al Imperio estar mejor conectado con sus áreas conquistadas.

La paz que se vivía en el Imperio, así como la prosperidad económica, fueron factores que pudieron permitir a los romanos poder realizar actividades de ocio. Es así que los romanos no solo solían quedarse en sus ciudades de residencia para

poder disfrutar de los diferentes espectáculos que se ofrecían, sino que también solían realizar actividades turísticas por los distintos lugares que abarcaban el Imperio. De esta forma, los romanos tuvieron como uno de sus lugares preferidos para relajarse a las aguas termales. A pesar de que casi todas las ciudades romanas poseían termas, estas se diferenciaban en el servicio, el tamaño, etc. De esta manera, los centros más visitados eran aquellos que contaban con gimnasios, saunas y piscinas de agua fría y caliente.

Por otro lado, los viajes de corte religioso también eran comunes en Roma. Es así que los ciudadanos solían dirigirse a hacer una peregrinación hacia los principales santuarios de las deidades romanas, tales como Apolo, Júpiter, Neptuno, entre otros. Los romanos también buscaban el descanso en zonas acaloradas, por lo que solían emprender viajes hacia las zonas costeras de Italia, principalmente a la ciudad de Nápoles, aunque también solían ir a lugares más alejados, tales como la Auvernia francesa, Lyon y Macedonia.

Un lugar de sumo interés para los romanos fue Grecia. Estos estuvieron siempre fascinados con lo griego. Es por ello que los romanos solían dirigirse hacia este país al menos una vez en sus vidas.

#### **b) Edad Media**

En un inicio, durante este periodo, los viajes organizados por las personas se centró únicamente en viajes con motivos familiares, en los cuales el objetivo principal era asistir a ceremonias tales como bautizos o matrimonios; viajes con motivos de negocios, los cuales eran emprendidos básicamente por mercaderes, en los que el objetivo principal era poder cerrar alguna compra o venta de mercadería, así como cerrar un nuevo negocio en algún lugar ajeno al de residencia; viajes con motivos religiosos, en los que solo se asistía a una festividad religiosa local; y los denominados viajes de élite, los cuales se caracterizaban por ser principalmente viajes de las cortes reales, que tenían como objetivo principal razones políticas o administrativas. Algunos autores consideran que también pudo haberse iniciado, durante esta época, los viajes educativos, en los cuales los estudiantes, y también los maestros, solían intercambiar experiencias en otras Instituciones Superiores.

De acuerdo a varios escritos, durante esta época fueron las ferias las que se convirtieron en un acontecimiento trascendental en este periodo. Estas se caracterizaban por tener lugar un par de veces al año, y el motivo principal de la celebración de esta era brindar honores a los santos patronos de las distintas ciudades o pueblos que conformaban Europa durante este periodo. Aunque, como ya se mencionó, la actividad principal de estas ferias era rendir un tributo a un determinado santo, en estas también se aprovechaba para que las personas tuvieran un momento de ocio y diversión. De esta manera, algunas personas aprovechaban la oportunidad para participar de los diversos juegos que se instalaban, otros lo hacían para poder degustar los diferentes platillos y bebidas que se ofrecían, e incluso algunos veían una buena oportunidad para cerrar algún tipo de negocio. Como consecuencia de la venida en masas de miles de personas de varios lugares a estas ferias, se empezaron a asentar diversos tipos de hospedajes, por lo que se empezaron a desarrollar numerosos establecimientos, tales como hosterías, mesones, posadas y tabernas, en los cuales se ofrecía todo tipo de servicio para los visitantes (no en todas las ciudades habían ferias, eran como un derecho).

Las vías o caminos sobre los cuales se realizaban los viajes no habían cambiado mucho desde los romanos en los primeros siglos de la Edad Media. Incluso muchos caminos creados por estos últimos aún seguían siendo utilizados por las personas como las principales vías de acceso a determinados lugares. Tiempo después, se empezaron a crear nuevos caminos y carreteras, que iniciaron a construirse como consecuencia del aumento de las ciudades y los pueblos (como resultado directo del aumento de la población). De esta manera, las personas encontraron una forma más práctica de realizar sus viajes, ya que en un principio los caminos estaban deteriorándose con el paso del tiempo.

Con el transcurrir del tiempo, si bien en un inicio los viajes de corte familiar o de negocios fueron las principales causas del movimiento de personas de un lugar a otro, las cruzadas y las peregrinaciones se convirtieron en el nuevo epicentro de los desplazamientos por todo el continente.

Una peregrinación puede ser definida como un viaje en el cual una persona se dirige hacia un santuario o templo en honor a la religión que profesa. Por ejemplo, los creyentes cristianos tenían como destino principal el conocer los lugares donde

había desarrollado su vida Jesús de Nazaret. Este viaje incluía los lugares considerados santos por estos, como Belén, Jerusalén y Roma. Sin embargo, era también común que las personas se desplazaran a lugares cercanos, como iglesias, monasterios, o lugares que fueron visitados en algún momento por un santo. Es importante mencionar que durante esta época se desarrolló mucho el turismo hacia Santiago de Compostela, ciudad conocida porque Santiago, uno de los doce discípulos de Jesús, evangelizó. Por ello, esta ciudad fue muy visitada y tiempo después se convirtió en la cuarta ciudad de visita obligatoria para los cristianos, ya que marcaron la vida religiosa de muchos cristianos. Por otro lado, es importante mencionar que también hubieron movimientos por parte de otras religiones que empezaron a tomar fuerza durante esta época, como es el Islamismo. En esta religión la peregrinación más importante estaba dirigida hacia La Meca, donde todos los creyentes estaban obligados a ir al menos una vez en sus vidas.

Las cruzadas también fueron una de las causas que, de alguna manera, impulsaron el turismo. Estas expediciones, al tener como misión reconquistar alguna ciudad considerada como “santa”, promovieron la participación de miles de personas, lo que conllevó a que estos se desplazaran a los lugares en los cuales tenían como misión fundamental luchar. Sin embargo, una vez terminada la batalla, era común que las personas involucradas decidieran conocer estos lugares, e ir más allá. También solían hacer negocios y comercio.

### **c) Edad Moderna**

Esta época se caracteriza por la continuación de las peregrinaciones, aunque también destacan las grandes expediciones marítimas organizadas por británicos, españoles y portugueses. Estas expediciones desencadenaron que el mundo se “partiera en dos”, por lo que se empezaron a desarrollar rutas marítimas y terrestres de los lugares que eran descubiertos para que los viajeros puedan orientarse.

Durante el siglo XVII, se empiezan a realizar viajes, principalmente, por motivos de salud. Es en esta etapa que resurgen las visitas hacia las aguas termales, que habían decaído durante la Edad Media. También en esta época destaca el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico. Ya en el siglo

XVIII, empiezan a destacar los viajes hacia las playas, donde se realizaban baños de mar.

### ***El Grand Tour***

El denominado Grand Tour fue un viaje que se caracterizó por unir el placer y, al mismo tiempo, el aprendizaje en un recorrido que recorría gran parte de los principales países de Europa, con una duración aproximada de entre 3 a 5 años. La práctica de este viaje se sitúa entre mediados del siglo XVII e inicios del siglo XIX, periodo en el cual jóvenes de las clases media y alta de toda Europa (aunque en su mayoría eran británicos), eran enviados por sus familias a recorrer el continente, con el objetivo principal de que pudieran complementar su formación y adquirir nuevas experiencias. Por lo general, el recorrido de este viaje incluía destinos tales como Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Italia, entre otros.

Respecto de los inicios de este fenómeno, se tiene conocimiento que fue el inglés Thomas Coryat quien empezó a dar inicio a este recorrido que posteriormente pasó a llamarse Gran Tour. Coryat fue un viajero quien realizó un periplo por el continente europeo durante cinco meses. Posteriormente, este publica su experiencia en uno de los libros que escribió. En este, Coryat trata de retratar de la forma más exhaustiva y precisa posible cómo eran las características de la vida europea del momento, pero se enfocó de forma especial en las formas musicales de los países que visitaba. A la muerte de Coryat, varias personas comenzaron a imitar sus travesías por toda Europa.

Tiempo después, puede hallarse en el libro de Richard Lassels, titulado *The Voyage of Italy*, la primera referencia directa que se hace del Grand Tour como un término propio. En este libro, Lassels describe los cuatro campos básicos que un viajero nunca debía de descuidar en una travesía. Estos son: el campo ético, el campo intelectual, el campo político y el campo social. Por otra parte, Lassels recomendaba a todos los jóvenes de Europa a realizar el Gran Tour, ya que con este iban a poder comprender la realidad política y social de Europa, así como también para entender la dinámica de sus economías.

Con el transcurrir de los años, ya en el siglo XVIII, el modelo del viajero convencional era el de una persona observadora y estudiosa, que se interesaba en mejorar sus conocimientos. Quienes al final tenían la oportunidad de realizar este

viaje, solían regresar a sus hogares con maletas repletas de libros y cuadernos de apuntes, además de cajas con obras de arte, las cuales eran usualmente colocadas en lugares vistosos de la casa, como salas, comedores o en los jardines de la misma. De esta manera, el Grand Tour se convirtió en una señal de prestigio para quienes lo realizaban.

Como se mencionó de forma previa, el Grand Tour solía durar entre tres a cinco años aproximadamente. Este era usualmente acompañado por un tutor o cicerone, quien era un guía de confianza para el viajero. Como se mencionó también, los lugares a recorrer eran variados, aunque la selección del mismo dependía mucho del origen del viajero, así como también de su posición social. Por ejemplo, para un inglés, el viaje solía empezar en Francia (en esta época Francia era considerada como la cuna de la cultura en Europa). De esta manera, la travesía empezaba en Calais (ciudad francesa más cercana a Inglaterra), para luego proseguir hacia París, inmediatamente pasar a Bélgica y después a Alemania. También hubo algunos viajeros que prefirieron iniciar la travesía en Italia, por lo que se iban en barco directamente hasta ese país. Por otro lado, los jóvenes de otros lugares de Europa, como los alemanes, españoles, franceses y suecos también comenzaron a realizar este prestigioso viaje, aunque para la mayoría de ellos el punto de partida escogido era por lo general Italia.

Con la llegada del transporte a vapor, el Grand Tour experimentó grandes cambios respecto de la forma en qué se realizaba, así como de los destinos que solía incluir. De esta manera, los viajes se hicieron más baratos, por lo que una mayor cantidad de personas optó por realizar la travesía. Dentro de este grupo, muchas mujeres jóvenes también decidieron experimentar de esta travesía. Por otro lado, se ampliaron los lugares de destino del viaje. Es así que países que eran antes poco considerados pasaron a estar en la lista selecta de este tour. De esta forma, países como Suiza pasaron a formar parte de los países que debían de ser incluidos al momento de realizar este viaje.

#### **d) Edad Contemporánea**

Con la llegada del siglo XIX, se empezaron a formar nuevos modos de practicar el turismo. De esta manera, los cambios que empezaron a generarse en las sociedades, así como en los estilos de vida y, sobre todo, en la tecnología, tuvieron

un impacto de grandes dimensiones en la forma de hacer turismo. Es así que con la llegada de la Revolución Industrial se consolidan la realización de viajes por turismo. Inventos como la máquina a vapor suponen una reducción sustancial de tiempo en transportes. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez en Europa y los Estados Unidos. También se hace uso del vapor en la navegación. Es el gran momento para el desarrollo del transporte marítimo. Con estos avances se empieza a formar una forma de turismo organizado, en la cual un grupo de personas se encargan de planificar el viaje a un determinado lugar para otras personas.

Si bien la mejora de los transportes fue un factor determinante en el desarrollo del turismo como actividad de ocio, el mejoramiento de las economías de los países permitió que más personas tuvieran más solidez financiera, lo que les facultó poder emprender ciertos viajes de ocio y de placer. Otro factor que también se podría considerar para explicar la ampliación de la actividad turística, son los movimientos de personas del campo a la ciudad. Como consecuencia de las Revolución Industrial, muchas personas optaron por asentarse en zonas urbanas, ya que en estas se habían establecido las diferentes industrias, y buscaban mejores oportunidades laborales trabajando para estas. De esta forma, estos operarios aprovechaban su tiempo libre regresando a sus lugares de origen, o incluso emprendiendo pequeños viajes con la familia a algún sitio en específico.

Desde finales del siglo XVIII, las personas que pertenecían a la aristocracia de cada sociedad de cada país, empezaron a aprovechar sus excedentes financieros contratando transporte privado y exclusivo. De esta manera, las personas adineradas sacaron provecho de la revolución tecnológica que se dio en los transportes, para así poder disfrutar de una experiencia distinta al momento de realizar sus viajes. Por otro lado, estas familias ampliaron sus horizontes de viajes, y ya no solo solían dirigirse a sus residencias secundarias a las cuales se dirigían para poder descansar en sus tiempos de ocio, sino que ahora se dirigían a los nuevos resorts, que eran unos centros de vacaciones especializados, que brindaba una gran cantidad de servicios a todos los clientes.

Una nueva característica que empezó a desarrollarse durante esta época, fue el concepto de estacionalidad turística, el cual hacía referencia a realizar prácticas turísticas aprovechando los diferentes momentos del año. De esta forma, durante

los tiempos estivales, las personas aprovechaban para dirigirse a zonas costeras, para poder disfrutar de los climas cálidos del verano, así como de las playas que ofrecía cada destino en particular. Por otro lado, durante las épocas de invierno, las personas podían dirigirse a las montañas para poder pasar un momento de ocio con la familia.

Nuevas formas de turismo empezaron a crearse en este periodo. Es así que empiezan a fomentarse el turismo de montaña, en la cual las personas podían aprovechar los distintos servicios que se ofrecían en los establecimientos que se encontraban en el lugar; el turismo de salud, en el cual las personas empiezan a viajar a distintos lugares del mundo, para poder tratarse de determinadas enfermedades. Para este tipo especial de turismo, se crearon sanatorios famosos y clínicas privadas. El turismo termal continuó siendo practicado por las personas, pero en estos tiempos ya tenía un ingrediente adicional: el higienismo. Muchos profesionales médicos de la época recomendaron de forma fehaciente las bondades que traía el sumergirse en aguas termales, ya que por los componentes minerales que contenía, era muy beneficioso para la salud de las personas.

A la llegada del siglo XX, el turismo empieza a sufrir un cambio mucho más abrupto del que ya había surgido de forma previa. Durante las década de los 30, se empiezan a conceder a los trabajadores el derecho de vacaciones pagadas. De esta forma, el turismo deja de ser un privilegio exclusivo de algunas personas, y ahora pasa a ser un derecho de todos el poder tener un tiempo dedicado al ocio y al placer. Es así que empieza a generarse el turismo de gran escala.

El turismo sufre un declive en sus actividades como consecuencia directa del periodo de entre guerras. Sin embargo, una vez que se pasa al periodo posterior, surgen nuevas condiciones para el nacimiento de una nueva forma de turismo: el de masas. Esto pudo ser posible gracias al mejoramiento de los niveles de vida de las personas. Esto se vio reflejado en el mejoramiento de los salarios de las personas, así como también de la mayor disponibilidad de tiempo libre. Por otro lado, el desarrollo tecnológico continuó con su acelerado desarrollo, y esto coadyuvó a que la masificación de turismo haya podido seguir manifestando una tendencia creciente. De esta forma, los nuevos avances en transporte, a través de vuelos comerciales, contribuyó de manera decisiva al desarrollo del turismo.

A partir de los años 50 hasta inicios del siglo XXI, el turismo ha continuado con su senda de crecimiento alto. Sin embargo, al ser el turismo una actividad que va de la mano con los niveles de productividad de cada país, este siempre se encuentra anexo a los ciclos económicos de cada uno, por lo que es posible que en algunos periodos de tiempo la actividad turística haya registrado pequeños descensos de un año a otro, pero que vuelven a su tendencia creciente una vez que se supera la etapa de desaceleración.

Un acontecimiento importante que se da en el siglo XX fue la creación de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1975, el cual es un organismo dependiente de la Organización de Naciones Unidas (ONU), que tiene como misión principal la promoción de un turismo responsable y sostenible en todo el mundo. De esta forma, esta entidad fomenta las buenas prácticas de turismo para, de esta forma, poder atenuar posibles impactos negativos en los lugares visitados.

### **1.2.2 Justificación de la definición de turismo**

En la actualidad, se hace indispensable hacer una correcta definición de turismo, ya que en la literatura asociada al análisis científico del turismo no existe un consenso entre los diversos estudiosos del tema a la hora de dar una definición exacta acerca del turismo.

Uno de los más grandes estudiosos del tema, Francisco Muñoz de Escalona, considera que esta situación puede tener su génesis en la crítica aceptada por parte de la mayoría de los expertos del tema, acerca de la noción ordinaria de turista, la cual afirma que es indispensable distinguir unos visitantes “sui generis” de otros que son más conservadores al momento de realizar la práctica turística. A lo largo de la historia del pensamiento del turismo, se ha mostrado que todos los estudiosos no han hecho más que aportar nuevos tintes diferenciales a los ya utilizados por el común de los expertos en el tema; sin embargo, a pesar de esto, en la actualidad se sigue sin disponer de una definición de turista que sea aceptada por todos los expertos en virtud de una precisión que sea indiscutible.

Según diversos estudiosos del tema, realizar una exhaustiva definición de turismo se hace imprescindible para poder realizar el más preciso estudio de este. Esto se hace aún más indispensable cuando se trata de hacer un estudio económico del mismo, ya que para poder realizar un correcto análisis científico de este, se debe discernir entre los muy diversos conceptos que existen del turismo.

De acuerdo a algunos de los más importantes investigadores de la materia, se hace gravitante hacer una correcta conceptualización o definición del turismo debido a las siguientes razones:

- De acuerdo a Lanquar (1991), es complicado poder medir las repercusiones económicas que se generan por el turismo, ya que no se cuenta con una metodología apropiada que permita realizar un correcto análisis del mismo. Además, se hace necesario poder contar con un enfoque completo del turismo desde el lado de la economía.
- Pedrero Muñoz (1996), considera que debido a las características propias del turismo, se hace necesario darle una posición singular por sus particularidades propias como una actividad económica distinta, tratando de apegarse más a los conceptos establecidos por los estudiosos convencionales, para así poder aplicarlas a las estrategias comerciales de entidades privadas y públicas.
- Cooper et. al. (1998), estiman que se hace indispensable definir el turismo por el carácter multidisciplinario que este tiene. De esta forma, se aconseja tratarlo como un sector separado para su adecuado estudio.
- Según Vogeler Ruíz y Hernández (2000), es importante entender de qué concepto o fenómeno se está tratando, ya que de esta forma se podrá comprender las características del mismo. Asimismo, el contar con definiciones comunes de términos como turismo y turista en todos los países se hace necesario. De esta forma, se podrán manejar una mejor serie de datos al respecto, facilitando cualquier tipo de estudio que se quiera hacer del turismo.

De acuerdo a diversos estudiosos del tema, el hecho de no poder encontrar una definición adecuada de turismo se debe a que se trata de un sector muy complejo y, además, de difícil entendimiento. Podría considerarse que esta dificultad radica en lo que ya se mencionó de manera previa, en la multidisciplinariedad, que lo asocia con diversas ramas de la investigación, tales como la antropología, la arqueología, el derecho, la economía, la geografía, la historia, la psicología, la sociología, entre otros.

### **1.2.3 Definiciones de turismo**

Según Theobald (1994), en la actualidad es largamente aceptado que existan dos clases de conceptos de turismo, cada uno con su uso particular y también con su propia

racionalidad: los criterios de corte técnico, que son aquellos que hacen referencia a las definiciones que contienen información acerca del desarrollo de la actividad turística para fines estadísticos (aunque también es común que se haga para fines legislativos); y los criterios de corte conceptual, que son los que tienen como objetivo principal crear el marco teórico adecuado, de tal forma que se puedan identificar las cualidades básicas del turismo y, a su vez, tratar de distinguir de aquellas actividades que se podrían relacionar con ella, de manera que se pueda aclarar el dilema con el marco teórico adecuado.

**a) Criterios técnicos**

En general, los criterios técnicos del turismo que se han ido estableciendo a lo largo del tiempo abarcan una serie de conceptos que pueden resumirse en las siguientes líneas:

- El concepto de desplazamiento. Como consecuencia directa de la realización de turismo, las personas se encuentran en constante movimiento físico, ya que desde el momento que empiezan su recorrido, estos se desplazan desde su lugar de residencia hacia el destino escogido. De esta forma, las personas suelen seguir un itinerario de viaje. Dentro de este concepto, no se suele incluir a los desplazamientos habituales que suelen hacer las personas en su entorno habitual, ya que estos tienen un corte rutinario.
- El concepto de temporalidad. Este concepto se encuentra relacionado directamente con la duración del viaje. Por medio de este, se pueden hacer estimaciones futuras de cuánto tiempo suelen quedarse las personas en los distintos destinos turísticos que ofrecen los países, de manera que se pueda tener un cálculo para que las autoridades respectivas estén al tanto de la situación, y de esta forma se pueda promover la inversión en estos destinos. Dentro de este concepto, no se incluyen las migraciones largas.
- El concepto de propósito del viaje. Esta definición se encuentra vinculada a lo que vendría a ser el objeto de la actividad turística a realizar. Por ende, en este punto es fundamental tener claro cuáles vas a ser los productos y servicios brindados a los turistas, de manera que puedan cubrir todas sus necesidades. Dentro de esta definición, no se incluyen los viajes realizados de corte laboral.

## **b) Criterios conceptuales**

### **Los primeros conceptos**

- Según Troisi (1940), el turismo es definido como el desplazamiento de personas causado por determinadas circunstancias, las cuales pueden ser clasificadas de acuerdo a la motivación de esta. En caso el fin sea realizar una actividad consumista, ya se podría considerar como una actividad netamente turística ya que, de alguna manera, se van a satisfacer algunas necesidades, ya sean estas culturales, fisiológicas o religiosas.
- De acuerdo a Hunziker y Krapf (1942), el turismo puede ser definido como una conjunción de fenómenos y relaciones que tienen su punto de encuentro en la estancia que los foráneos realizan en un lugar determinado. No se hace consideración cuando la estancia de estas personas tiene fines lucrativos.
- Pulido San Román (1966), considera que la definición más adecuada de turista es la de aquella persona que tiene su fuente principal de ingresos en un país ajeno al que se está visitando. De esta manera, la actividad turística es independiente de la causa que lo genera. Es así que la causa que lo puede provocar puede ser ocasionada por motivos comerciales, culturales, o incluso vacacionales.

### **Conceptos modernos**

De acuerdo a Lanquar (1991), la actividad turística conlleva un desplazamiento desde la residencia principal de una persona hacia unos destinos u ofertas de bienes y servicios que posibiliten realizar un consumo turístico. A partir de lo previamente mencionado, se infiere que el turismo, como actividad económica, es un conjunto de acciones coordinadas que permiten satisfacer la necesidad del tiempo de ocio y de viajes. Por tal motivo, el turismo se considera una industria, ya que se trata de un grupo de actividades cuyo objetivo es el aprovechamiento de las diversas riquezas turísticas con las que cuenta un lugar. No obstante, se hace complicado definir al sector turístico desde el punto de vista económico, ya que cuando se define a un sector, este debe de entenderse como un producto homogéneo, y no heterogéneo, como es el caso del turismo, debido a que este se compone de una gran variedad de productos muy distintos entre sí. Por ello, la demanda turística no es más que una demanda agregada de bienes y servicios, la cual es satisfecha por una oferta que es heterogénea. Por tal motivo, desde la

óptica de la teoría económica, no existe una industria turística, menos aún un producto turístico. Esta compleja definición se puede resumir de la siguiente manera: el producto turístico, el turismo como una industria y el turismo como una diversidad de bienes y servicios que son heterogéneos.

#### **1.2.4 Tipos de turismo**

##### **a) Turismo de descanso o de sol y playa**

Se podría decir que este tipo de turismo es el más convencional, ya que este se podría considerar como el más demandado por la mayoría de personas. Por otro lado, se podría decir que este es el resultado de la sociedad actual, cuya característica principal es el turismo de gran escala.

El turismo de sol y playa se caracteriza, como su propio nombre indica, por realizarse en zonas costeras en las que existan playas y, además, tengan una climatología favorable; es decir, un clima soleado y temperaturas suaves (de entre 25° y 30°).

Por lo general, este tipo de turismo suele ser utilizado por personas que residen en lugares en donde el clima es frío, lluvioso, nublado, etc. durante gran parte del año. También suele ser practicado por personas que no tienen playas cercas, o también por personas en cuyo país de residencia no hay acceso al mar.

Dentro de las zonas del planeta en la cual se suele realizar este tipo de turismo con más dinamismo, tenemos a la cuenca caribeña, el sur del océano Índico, las costas de Australia, entre otros. Estas zonas se caracterizan por contar con una gran cantidad de hoteles. También se suele encontrar otros lugares para el ocio y el tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas, y en las noches se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas aledañas.

##### **b) Turismo de naturaleza**

El turismo de naturaleza podría ser definido como aquel que tiene como fin la realización de actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales.

Por convención, el turismo de naturaleza suele subdividirse en tres tipos: turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural. A continuación se hace una pequeña descripción de cada uno de estos:

### **Turismo de aventura**

El turismo de aventura es otra forma de hacer turismo y es, sin duda alguna, el que genera mayor expectativa en la mayoría de personas. Esto quizás se deba por el mismo nombre que tiene, ya que de forma casi automática genera algún tipo de misticismo en las personas.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (1998), este podría ser definido como aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

Dentro de las características propias del turismo de aventura, podríamos decir que este permite a las personas promover su condición física y mejorar su estado emocional. Existen tres formas de realizar turismo de aventura, y estas se encuentran en función del ambiente en el que se realiza. Estos son:

- Turismo de aventura por tierra, como cabalgata, caminatas, ciclismo de montaña, montañismo, rappel.
- Turismo de aire, como paracaidismo, vuelos en parapentes, vuelos en globos aerostáticos.
- Turismo de agua, como kаяquismo, pesca recreativa, buceo.

### **Ecoturismo**

El ecoturismo (o también llamado turismo ecológico) se define como aquella cuyas actividades involucran la apreciación, conocimiento y contacto con la naturaleza, de manera que esto pueda devenir en acciones de aprendizaje y observación. Este tipo de turismo busca desarrollarse sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando realizar daños en la naturaleza. En realidad lo que se busca es compatibilizar el desarrollo de la industria turística con la ecología, para así poder atenuar cualquier efecto negativo que pueda generarse a partir de la actividad realizada.

De alguna forma, se podría decir que el ecoturismo se encuentra vinculado a la ética, ya que más allá del placer que puedan disfrutar los viajeros, lo que se busca

es promover el bienestar de las comunidades locales y, al mismo tiempo, el cuidado del medio ambiente.

Algunas de las ventajas que se pueden obtener al realizar este tipo de turismo son las siguientes:

- Suele ser más barato que otros tipos de turismo.
- Permite descubrir rincones naturales y rurales de gran valor y belleza.
- Ofrece la oportunidad de vivir en absoluto contacto con la naturaleza. Por consiguiente, se aleja de problemas ciudadanos como la contaminación, el bullicio, etc.
- Provee beneficios financieros directos para las poblaciones locales.
- Coadyuva al desarrollo de los poblados locales de forma indirecta, ya que estos lugares al convertirse en puntos muy frecuentados por los turistas, impulsa una cantidad determinada de inversiones gubernamentales.

### **Turismo rural**

El turismo rural es una actividad que se ha estado desarrollando en varios lugares en los últimos años, como una alternativa a otros tipos de turismo. Este consiste en ofrecer la realización de ciertas actividades características de áreas rurales. Esto conlleva a que las personas interesadas en realizarlo, tengan que pernoctar en casas o pequeños hospedajes de corte rural, haciendas y caseríos remodelados, realizar actividades al aire libre, entre otras actividades. De esta forma, no solo se estaría realizando la práctica misma de turismo rural sino que también, de alguna manera, se estaría realizando ecoturismo.

El turismo rural tiene un importante impacto en el desarrollo de los pequeños poblados que son visitados, ya que los beneficios económicos que se generan a partir del desarrollo de esta actividad coadyuvan en el desarrollo económico de la región.

El turismo rural ofrece múltiples actividades. Entre ellas se pueden destacar:

- Actividades de corte histórico-cultural, en la cual los visitantes realizan recorridos por lugares que tienen una importancia histórica, como museos y edificaciones de interés cultural.

- Actividades de corte deportivo, como el trekking, deportes de riesgo, cabalgatas, senderismo y paseos en sulky, entre otros.
- Actividades de corte agropecuario, como la realización de tareas agrícolas, tales como ordeñamiento de vacas, cosecha de frutas y verduras, esquila de ovejas, entre otras.

### c) **Turismo cultural**

El turismo cultural podría definirse, en pocas palabras, como los viajes que se realizan con el objetivo de poder ponerse en contacto con otras culturas y poder conocer más acerca de estas. De esta forma, este tipo de turismo tiene como fin la comprensión de la historia del hombre a lo largo del tiempo, a través del conocimiento de su patrimonio cultural e histórico. De esto puede desprenderse la idea de que el turismo cultural busca fortalecer la identidad de cada país.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, el turismo cultural se puede subdividir en varios tipos de turismo. Entre estos se destacan los siguientes:

#### **Turismo histórico**

El turismo histórico es aquel que tiene como objetivo principal visitar aquellas zonas que destacan por tener una gran cantidad de sitios que se caracterizan por tener un gran valor histórico.

Dentro de los lugares que suelen ser más visitados para la realización de este tipo de turismo en el mundo, se encuentran la legendaria Pirámide de Guiza en Egipto, el Coliseo Romano en Italia, Petra en Jordania, las ruinas de Machu Picchu en Perú, la pirámide de Chichen Itzá en México, entre otros.

#### **Turismo religioso**

El turismo religioso es aquel que tiene como motivación principal la renovación de la fe. Por lo general, este tipo de turismo se realiza para ofrendar, pedir un favor o cumplir con una tradición.

En la actualidad, las ciudades más visitadas para la realización del turismo religioso son Jerusalén en Israel, Roma en Italia y La Meca en Arabia Saudita. Se podría considerar a estos tres como los principales destinos para realizar peregrinaciones religiosas; sin embargo, suelen haber otros sitios a donde las personas se dirigen, como España, México y Portugal.

### **Turismo gastronómico**

El turismo gastronómico podría definirse como aquel que tiene como motivación el deleite del paladar, por medio de la experimentación de la cocina local, así como el conocimiento de los platos típicos de los diferentes países y regiones del mundo. De forma más general, este tipo de turismo busca que los turistas consuman y disfruten productos, servicios y experiencias culinarias.

En la actualidad, este tipo de turismo se presenta como otra alternativa de practicar el turismo cultural ya que, se podría decir, es una forma muy particular de conocer el mundo a través de las manifestaciones gastronómicas de las culturas de cada país.

En los últimos años, algunos países han destacado por su capacidad para explotar este tipo de turismo. Entre los casos más resaltantes tenemos a España, Francia, Italia, México, Perú y Turquía.

### **Turismo de salud**

El turismo de salud, o también llamado turismo médico, es un tipo de actividad turística consistente en viajar a un país con la finalidad de recibir atención médica. Es importante mencionar que en esta categoría no se incluyen otros tipos de procedimientos, como cirugías estéticas, odontológicas, etc.

El turismo de salud no es una actividad nueva ya que, como se mencionó con anterioridad, desde la antigüedad, con los griegos y romanos, se practicaba este tipo de viajes.

#### **d) Turismo de negocios**

El turismo de negocios, como su propio nombre indica, es aquel cuyo objetivo final es el de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial. En términos más amplios, se le podría definir como una actividad turística cuya motivación es la de asistir a reuniones relacionadas con determinados temas y organizada por empresas profesionales, en donde las personas viajan y pernoctan.

A diferencia de otros tipos de turismo, este se caracteriza porque las personas que lo realizan tienen un alto nivel económico. Por lo general, estas personas se suelen dirigir a las principales ciudades de los diferentes países, ya que se asume que en

estos lugares se encuentran los centros financieros y empresariales de cada uno de estos.

Dentro de las principales ciudades en el mundo donde se da la mayor incidencia en este tipo de turismo, se encuentran Nueva York, Chicago, Londres, París, Frankfurt, Madrid, Tokio, Ciudad de México, Buenos Aires, entre otras. Todas estas se caracterizan por ser los principales centros financieros de su país, y también del mundo. En el caso particular de Nueva York, esta ciudad tiene entre sus calles a la famosa Wall Street, lugar donde se concentran los grandes bancos del mundo, así como las entidades bursátiles más importantes.



# CAPÍTULO II: CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

## 2.1 Conceptos económicos de turismo

### 2.1.1 El producto turístico

Un producto puede ser definido como un objeto que sigue un determinado proceso de producción para ser creado. De esta manera, quien lo produce tiene como objetivo principal poder lucrar con su producto.

El término turístico puede ser definido como aquella actividad que es realizada por una persona cuando hace algún tipo de recorrido por una ciudad que es distinta a la de su residencia, ya sea por motivos culturales, de negocios, etc.

El Producto Turístico es una conjunción de los términos mencionados previamente. De esta forma, el producto turístico mezcla tanto componentes perceptibles, tales como lugares arqueológicos, como componentes no perceptibles, tales como la hospitalidad de las personas. Así, un producto turístico incluye todos aquellos mecanismos que posibilitan el desarrollo del turismo.

Es importante, también, reconocer que los productos turísticos cuentan con las siguientes características:

- Son imperceptibles, porque no se pueden sentir de ninguna forma.
- Presentan caducidad, ya que no pueden almacenarse para poder utilizarlos en el futuro.
- Son inseparables, porque no pueden desprenderse de sus proveedores.
- Son heterogéneos, que significa que están compuestos por una serie de elementos que van a depender, exclusivamente, de quien lo produzca.

Conociendo estas características, se puede llegar a la conclusión de que un producto turístico suele ofrecer una gran variedad de cosas, pero es indispensable que dentro de esta variedad se cuente con un destino. En otras palabras, los productos turísticos pueden componerse de aquellos objetos que suelen ser reclamados por los turistas, como espacios, lugares de corte arqueológico o cultural, de realización de actividades, entre otros.

Como es lógico, cada producto turístico se adecúa al destino el cual va a ofrecer. A manera de ilustración, un destino de playa debe de caracterizarse por ofrecer actividades cerca al mar, contar con centros de hospedaje que también se encuentren cerca al mar, etc.

Muchos estudiosos del turismo afirman que los viajeros no suelen enfocarse en el producto turístico en sí, sino en el destino, ya que lo que buscan es poder experimentar una vivencia de lo más satisfactoria posible. Por ello, los distintos lugares del mundo deben de diseñar bien su estrategia a la hora de definir en qué forma van a conseguir atraer turistas. De esta manera, diseñar una estrategia integral es un factor decisivo a la hora de planificar esta.

### **2.1.2 La demanda turística**

La demanda de un bien puede ser definida como la cantidad demandada de un bien que quiere ser consumido por una persona y, a su vez, esta se encuentra en capacidad de pagar el precio de dicho bien.

El turismo, como actividad, es considerado como un tipo de bien, ya que este se encuentra conformado por los bienes y servicios que son consumidos por los turistas durante el tiempo en que estos se encuentran fuera de su lugar de residencia. A partir de esto último mencionado, nace el concepto de Demanda Turística, la cual podría ser definida de forma más precisa como los deseos que los turistas quieren comprar. Este tipo de demanda se caracteriza por tener ciertas complejidades, ya que los tipos de bienes y servicios ofrecidos tienen que estar acorde a los gustos de los turistas, además también tiene que existir una relación adecuada entre el precio y los servicios ofrecidos.

#### **a) Características**

La demanda turística presenta, como se mencionó previamente, una serie de complejidades que hacen que la elección de esta sea un proceso complicado para el consumidor. Entre estas características, tenemos las siguientes:

- El turista enfrenta ciertas disyuntivas respecto del viaje que va a realizar. Entre estas, se encuentran la duración del viaje, el destino a elegir, el tipo de alojamiento, la forma en que se realizará el desplazamiento, etc.
- La actividad turística requiere necesariamente de contar con tiempo libre, ya que esta necesita que las personas realicen un desplazamiento fuera de sus lugares de

residencia. A partir de esto, se puede explicar la estacionalidad que presenta la demanda por turismo, ya que es posible que los mayores movimientos se realicen los fines de semana o en feriados largos.

- La actividad turística requiere la realización de un gasto de dinero, el cual puede representar un recorte importante en el presupuesto de las familias.
- La incertidumbre que puede provocar la compra de un determinado paquete turístico. Esto se puede deber a que los consumidores no saben de forma precisa lo que les espera en el viaje (condición de los servicios a ofrecer).

#### **b) Factores determinantes de la demanda turística**

El tiempo es un motivo por el cual la demanda turística puede presentar cambios abruptos en determinados momentos del mismo. Es así, que se considera que los principales factores que pueden provocar estos cambios son los siguientes:

- La evolución demográfica y social. Este factor hace referencia al incremento del nivel adquisitivo de las personas, así como al mejoramiento de la educación de las personas y al envejecimiento de las personas en los mercados emisores de turistas.
- El mejoramiento del transporte. Por medio del mejoramiento de las infraestructuras relacionadas con el transporte (como aeroportuaria, vial), se podrá conseguir una mayor afluencia de turistas, así como mejor conectividad entre diversos lugares.
- El mejoramiento de la información. A través de la innovación tecnológica continua, se ha mejorado de forma sustancial el manejo de los sistemas de reservas de paquetes turísticos, así como también se ha facilitado la manera de poder encontrar información acerca de los diferentes destinos.
- El mejoramiento del trabajo. Este factor refiere a que ahora las personas cuentan con determinados derechos, tales como tiempo de vacaciones, así como también vacaciones pagadas.
- Distinciones entre destino y origen. Las diferencias que existen entre ambos lugares puede conllevar a que las personas puedan sentir una serie de incomodidades, propias de la realización de un viaje, tales como cambios horarios, entre otros.

- También es importante mencionar que los niveles de ingreso, así como también una depreciación del tipo de cambio del país de destino, pueden provocar que la demanda turística de un lugar determinado se estimule.
- Cambios en los patrones tradicionales de contratación. Ingreso de nuevos elementos en los paquetes ofrecidos, así como mejoras en los precios son mecanismos que pueden conllevar a un mejoramiento de la demanda.

### c) **Diversidad**

La diversidad existente en la actividad turística lleva a un concepto que va de la mano de este: la segmentación. Es así, que este último podría ser definido como un “paquete” de consumidores distintos que responden a determinadas características del mercado turístico, de manera que los turistas tienen un comportamiento que va de acuerdo a sus preferencias particulares.

Los criterios básicos que se suelen utilizar para realizar una adecuada selección de mercado son:

- Objeto de la visita. Todo viaje tiene un fin preestablecido, y este va a variar de acuerdo a la preferencia del consumidor. De acuerdo a la OMT, se pueden distinguir entre viajes por vacaciones, viajes por motivos familiares, viajes de negocios, viajes de salud, viajes religiosos, entre otros.
- Factores demográficos y socioeconómicos. Es importante poder tener conocimiento de alguna variable, tales como el nivel de ingreso, el nivel educativo, la edad, el sexo, etc. De esta manera, se podrán crear programas de turismo que vayan acorde con cada característica de las variables mencionadas.
- Lugar de origen. Se considera altamente importante que se tenga información acerca de los mercados emisores de turistas más relevantes hacia un destino específico, ya que de esta manera se podrá tener un mejor conocimiento acerca de la demanda turística.
- Idiosincrasia. La forma de ser de las personas puede coadyuvar a hacer una segmentación adecuada. De esta forma, los empresarios que se dedican al negocio turístico, podrán tener más en claro acerca de qué productos poder ofrecer de acuerdo a las particularidades de cada segmento.

- El canal. Con esto se hace referencia a lo importante que es poder elegir al proveedor de los paquetes turísticos, ya sea una persona determinada, una agencia de viajes, por internet, etc.

### **2.1.3 La oferta turística**

En términos simples, la oferta turística podría ser definida como el número de bienes y servicios ofrecidos por las empresas del rubro, a un precio ya estipulado y en un periodo de tiempo determinado. Sin embargo, esta definición suele ser bastante ambigua, ya que este no es un producto ofrecido por un sector homogéneo. A partir de esto, se puede deducir que las ofertas turísticas que son ofrecidas al público en general, no vienen únicamente de empresas hoteleras o agencias de viajes, sino también de empresas de transporte, de empresas organizadoras de eventos, etc.

#### **a) Factores**

La oferta turística depende principalmente de que existan elementos de atracción para los potenciales compradores de los paquetes. De esta forma, por ejemplo, la existencia de playas de aguas cálidas y de color turquesa está garantizada para las personas que prefieran irse a pasar unas vacaciones al Caribe. Desde este aspecto, se puede notar que la oferta turística se puede asociar con unos determinados factores con los que cuentan los diferentes lugares del mundo. Entre estos factores, destacan:

- Medios naturales, tales como espacios en la costa, espacios en las montañas, etc.
- Medios culturales, tales como patrimonio arquitectónico, etc.
- Medios asociados a la tecnología, como los centros de estudios dedicados a estudiar el universo.
- Medios ligados a la práctica de ciertas actividades recreacionales, tales como paseos por lugares famosos, o también cabalgatas en lugares campestres.

Todos estos medios que han sido mencionados estimulan el interés de los potenciales turistas para poder dirigirse hacia los lugares que cuentan con algunos de estos medios. Hablando rigurosamente en términos económicos, el turismo no existiría como tal si es que no pudiera adecuar los medios a través de una oferta, para poder satisfacer la demanda. De esta manera, el que un lugar cuente con los medios de atracción es necesario, pero no es motivo suficiente para que se puedan satisfacer las necesidades que estén dentro de las expectativas de los turistas.

## **b) Enfoque descriptivo**

Desde este punto de vista, la oferta turística puede ser concebida como una selección de bienes y servicios de gran variedad, que se encuentran hilvanados con el fin de poder satisfacer a los turistas. Dentro de esta selección de bienes y servicios se cuentan los siguientes:

- Hospedaje: El hospedaje se muestra por medio de la oferta hotelera, la oferta extra hotelera y también los que podrían ser llamados hospedajes específicos (como albergues, casas particulares, etc.).
- Transporte: El contar con medios que puedan ayudar a trasladar a las personas de un lugar a otro es un elemento clave, por lo que se hace indispensable que se pueda contar con un sistema de autobuses, de alquiler de carros, de ferrocarriles, transporte aéreo, etc.
- Comercio de bienes y servicios: Dentro de este punto se pueden considerar a las agencias de viajes.
- Servicios de comida: Conocida de manera global como “food and beverage services”, son los restaurantes, cafeterías, bares, etc.
- Actividades de recreación: Todo lugar cuenta con ciertos lugares de recreación, tales como museos, teatros, campos de golf, parques temáticos, etc.
- Servicios públicos y privados: Aquí se consideran servicios tales como los ofrecidos por la banca local, las aseguradoras, entre otros.

## **2.2 Sectores económicos que forman parte del turismo**

Como se ha mencionado con anterioridad, la conceptualización de turismo genera muchas controversias teóricas. De la misma forma, no existe un consenso entre los estudiosos del tema acerca los sectores económicos relacionados al turismo, motivo por el cual también se genera cierto nivel de discusión en la literatura especializada. Es por ello, que se hace necesaria una correcta delimitación de las actividades que se encuentran involucradas en el sector, de manera que se pueda realizar una mejor medición del turismo. A continuación, se hace una referencia de los sectores económicos que forman parte del turismo, de acuerdo a las posiciones de varios especialistas del tema, quienes se han ocupado de hacer una clasificación que vaya acorde con la realidad del sector:

- Figuerola (1985), considera que los bienes y servicios que deberían de ser tomados en cuenta como parte del sector turístico son los de alimentación, alojamiento, comunicación e información, esparcimiento y recreación, y venta de artículos y manufacturas.
- Huéscar (1993) y Theobald (1994), hicieron una desagregación de acuerdo a las siguientes categorías: gastos de consumo de los turistas, como viajes programados (tours de vacaciones pagados); alojamiento, tales como hoteles, hostales o resorts; establecimientos de comidas y bebidas, como restaurantes, bares o cafés; transporte, ya sea por avión, tren o algún otro medio; ocio y recreación; y actividades culturales y deportivas.
- Tinard (1996), estima que los cuatro parámetros fundamentales del turismo son los hoteles, los restaurantes, la alimentación y la animación.
- Pedrero Muñoz (1996), refiere que los sectores más relevantes que forman parte del turismo son alimentos y bebidas, textiles y calzado, medios de transporte, comercio, hoteles y hostales, restaurantes, cafés, etc., espectáculos y explotación de bienes inmuebles.

### **2.3 Efectos del turismo en la economía**

La Organización Mundial del Turismo clasificó en 1980 los efectos en la economía que tiene el turismo en función de los efectos y objetivos de política económica que se quieran alcanzar. De esta manera, los efectos se encuentran desagregados en globales, parciales y externos. Los primeros, incluyen los efectos relacionados a la estrategia de desarrollo; los segundos, se refieren a los efectos que tiene el turismo como actividad sobre la economía nacional; finalmente, los últimos hacen referencia a los efectos sobre ámbitos del tipo económico, físico, recursos humanos y socioculturales. A continuación, se da un detalle de estos:

Tabla 2.1

Efectos del turismo en la economía nacional

Efectos	Objetivos de política económica	Efectos económicos
Globales	Plan de desarrollo	En la economía nacional
		En la dependencia foránea
		En el nuevo orden de la economía internacional
	Crecimiento de los sectores productivos	En la producción
		En el empleo
Parciales	Sector externo	En la balanza de pagos
		En el tipo de cambio
		En el impacto real del intercambio
		En la oferta monetaria
		En la velocidad del circulante
	Sector público	En los ingresos
		En los gastos
	Nivel de precios	En la inflación
		En la especulación
	Equidad	En la distribución del ingreso
	Desarrollo regional	En el medio social

	Desarrollo regional	En el medio rural
		En el medio demográfico
Externos	Utilización adecuada y protección de recursos	En el medio ambiente
		En la formación profesional
	Socioculturales	En el hábito de consumo
		En los cambios sociales
		En los cambios culturales

De acuerdo a los estudios de Picornell (1993), los efectos económicos del turismo se miden en base a los beneficios y costos que generan esta actividad (tales como infraestructura, transporte, instalaciones, hoteles, etc.). En todos los casos, estos pueden ser medidos cuantitativamente tanto a nivel local, provincial, regional e internacional.

Los dos efectos más relevantes que se producen a partir del fomento del desarrollo turístico son la generación de divisas y el crecimiento económico. Algunos estudiosos del tema, tales como Leatherman y Marcoullier (1997), consideran que el turismo es un fenómeno parcialmente nuevo con el cual se fomenta el crecimiento económico de los países. Por otro lado, también se refieren a la actividad turística como una nueva arma en el modelo de crecimiento hacia afuera.

A pesar de las diversas bondades que se obtienen a partir del turismo, también existen algunos efectos negativos que se pueden generar a partir de esta, tales como la dependencia económica y la estacionalidad de la demanda, que son factores que los gobiernos deben de tomar en consideración.

### 2.3.1 Efectos positivos del turismo

#### a) El turismo como generador de divisas

De los múltiples beneficios que genera el turismo, el más notable es la generación de divisas que esta promueve. Los ingresos que se generan a partir del gasto realizado por los turistas contribuyen de manera positiva a la balanza de pagos,

sobre todo en los países que se encuentran en vías de desarrollo. De esta manera, esta actividad tiene un gran potencial para incrementar los ingresos públicos.

**b) El turismo como alternativa al crecimiento y su efecto multiplicador**

La actividad turística puede ser una fuerte impulsora del crecimiento económico de un país, así como también de desarrollo económico y conversión social. Asimismo, la contribución del turismo a otros sectores por medio del efecto multiplicador que tiene este sobre la economía es grande, ya que afecta a varios sectores. Por ejemplo, a partir de los gastos que generan los turistas, no únicamente los sectores directamente relacionados se ven afectados, sino también otros que reciben una influencia por el consumo que realizan los turistas. Se podría considerar que son pocas las ramas de la industria en general que no reciben algún tipo de efecto por actividades turísticas.

**c) El turismo como generador de renta**

Uno de los primeros objetivos de los gobiernos es desarrollar políticas económicas que permitan fomentar el crecimiento económico. Por consiguiente, el desarrollo de políticas turísticas que ayuden a promover el desarrollo del sector tiene como primera finalidad incrementar la riqueza, ya que cada vez más este sector tiene más incidencia en el PBI.

En los últimos años, el turismo ha experimentado un crecimiento más dinámico, de manera que se ha convertido en uno de los sectores económicos que más rápido crecimiento ha estado teniendo en el mundo. Esto ha provocado que el turismo mantenga una relación muy estrecha con el desarrollo. Debido a esto, el turismo se ha convertido en un motor clave del desarrollo socioeconómico de un país. Por ello, se considera la expansión del turismo como beneficiosa, tanto en términos económicos como de empleabilidad, para los países desarrollados y subdesarrollados. A su vez, otros sectores de la economía se han visto beneficiados por este crecimiento, tales como infraestructura y comunicaciones, lo cual permite que las economías de los países mantengan cierto nivel de dinamismo, lo que estimula de manera positiva a su crecimiento.

#### **d) El turismo como sector exportador**

El turismo internacional tiene la capacidad de generar divisas a las economías. Como consecuencia de esto, se podría considerar a la actividad turística internacional como una parte del sector exportador (no tradicional), ya que esta dependa directamente de la cantidad de turistas (la demanda internacional) para que pueda ser explotada. Además, esta tiene la capacidad de mejorar la balanza de pagos al aumentar la demanda por bienes y servicios de los destinos visitados. Por estos motivos, el Banco Mundial (1972), consideró al turismo como una oportunidad para diversificar la oferta exportadora de los países, y no solo eso, ya que también lo consideró como la única forma que tienen algunos países para exportar.

De acuerdo a Badger (1994), el turismo puede ser analizado desde dos perspectivas distintas: primero, como un bien netamente de exportación, en el cual se consideran que los recursos con los que cuenta un país (tanto como naturales y físicos), se convierten en lo bienes comerciales. En segundo lugar, el turismo podría llegar a convertirse en la única actividad exportadora con la que cuenta un país, lo que conllevaría a que este puede degenerar negativamente en la nación, ya que ante eventuales problemas que se puedan generar en el país (inestabilidad política, social, económica, etc.), estos podrían afectar negativamente a las finanzas del país.

#### **e) El turismo como generador de empleo**

La actividad turística suele ser un importante creador de puestos de trabajo, ya que este tiene implicancia en varios sectores de la economía. Tal como se explicó de manera previa, el efecto multiplicador que tiene el turismo en la economía posibilita la creación de tres tipos de empleo:

- Directos, como consecuencia de los gastos generados por los visitantes en instalaciones turísticas, tales como alojamiento, restaurantes, transportes, agencias de viaje, entre otros.
- Indirectos, generado directamente por los gastos turísticos; es decir, en la fase de construcción de hoteles, restaurantes, entre otros.

- Inducidos, provocado por los gastos que realizan los residentes como consecuencia de ingresos procedentes del turismo.

#### **f) El turismo como actividad económica regional**

El turismo debería de ser considerado como una actividad a desarrollarse de manera regional, ya que este puede incluir diversos mecanismos que promuevan el desarrollo regional a partir de una estrategia de planificación y desarrollo. Algunos estudios, como los realizados por Patton (1985) y Jenkins (1994), han propuesto el incluir al turismo como un sector potencial para desplegar diversos programas de desarrollo regional, principalmente por la actividad económica que se genera. De esta manera, los gobiernos deberían diseñar determinados objetivos para poder alcanzar este desarrollo regional, los cuales pueden ser resumidos en los siguientes:

- Mejoramiento del ornato de las diferentes regiones, por medio de nueva infraestructura y equipamiento en las zonas más atrasadas, de manera que no solo pueda ser utilizada por los turistas, sino también por los residentes.
- Fomentar, crear y mejorar la infraestructura, así como también mejorar el equipamiento para promover el turismo, de manera que también se puedan desarrollar otras actividades.
- Alcanzar una distribución más equitativa de la riqueza entre las regiones más pudientes y menos favorecidas del país.

#### **2.3.2 Efectos negativos del turismo**

Si bien es cierto que el turismo como actividad económica ofrece múltiples beneficios, también podría generar algunos efectos contrarios si es que no se tiene en consideración algunos puntos. Entre estos, se consideran los siguientes:

- Dependencia económica: Las economías que son muy dependientes del turismo, pueden verse afectadas ante cambios drásticos en la demanda. Esta vulnerabilidad es ocasionada básicamente por dos motivos: primero, por crisis económicas; y segundo, por problemas de orden internacional (guerras, atentados terroristas, etc.).

- **Inflación:** El desarrollo de la actividad turística, como cualquier otra actividad económica, puede tener una incidencia directa en el nivel general de precios, principalmente en la fase inicial, ya que podría darse que los bienes y servicios ofrecidos en el sector no responden con presteza al incremento de la demanda.
- **Estacionalidad:** Este fenómeno, provocado por la demanda, genera una importante problemática, principalmente en torno al empleo. Además, también se genera un problema por el sobredimensionamiento de determinados servicios e infraestructura.
- **Competencia intersectorial:** En algunos casos, en lugares donde existe escasez de mano de obra o de capital, podría generarse cierto nivel de competencia entre el sector turismo y otros sectores de la economía.

## **2.4 Políticas públicas en el sector turismo**

### **2.4.1 Justificación de las políticas turísticas**

De acuerdo a la OMT, la política turística podría ser definida como “la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública”. Otra definición de política turística está relacionada al grupo de intervenciones que establecen las entidades públicas para fomentar, ordenar y regular la actividad turística.

De acuerdo a estas definiciones, las políticas turísticas se desarrollan con el fin de lograr determinados objetivos, los cuales se encuentran en función de lo que quiere alcanzar cada país en el sector. Sin embargo, se podría considerar que el objetivo fundamental de la política turística es promover el crecimiento del ingreso de turistas al país, así como también procurar la calidad de los diferentes destinos turísticos ofrecidos. Arcoraci (2009), explica que a partir de este objetivo, se pueden desagregar otros objetivos que van a coadyuvar a lograr este:

- **Objetivo estructural:** Este se puede dar mejorando el nivel competitivo del lugar, por medio de la mejora continua de la calidad de los servicios disponibles y la optimización de los medios de transporte. Respecto de este último punto, se hace indispensable la integración de los destinos, tanto por vía aérea o terrestre. A su vez, se busca también romper con la estacionalidad de los determinados centros

turísticos, para que así estos pueden contar con un flujo de turistas constante durante el año.

- Objetivo social: Por medio del incremento de puestos laborales para los residentes de los destinos turísticos visitados, haciendo énfasis en la calidad de este.
- Objetivo ambiental: Este se encarga de realizar el estudio de factibilidades respecto de las inversiones a concretarse (en especial en infraestructura), de manera que los estudios de impacto ambiental puedan garantizar el adecuado uso de los ecosistemas.
- Objetivo territorial: Promover asociaciones entre distintos actores locales, de manera que estos puedan ofrecer un producto turístico distinto que va a estar en función de las características propias de la zona.
- Objetivo cultural: Capacitar a los residentes de las zonas visitadas para que estos puedan proporcionar sus conocimientos acerca de los productos turísticos característicos de sus áreas, de manera tal que se puedan apoyar sus manifestaciones culturales.
- Objetivo en infraestructura: Promover el adecuado desarrollo o mejoramiento de los medios de comunicación más importantes, tales como aeropuertos, puertos, vías férreas, carreteras, etc., de manera que exista una red de integración lo bastante amplia para que los turistas puedan llegar con facilidad de un destino a otro.
- Objetivo legal: Es fundamental poder garantizar a los eventuales inversionistas en el sector su capital invertido. Por ello, se hace necesario contar con leyes claras, de manera que estas puedan alentar las diferentes inversiones que se puedan realizar en el sector.
- Objetivo regional: Este tiene que ver más con la integración de diferentes regiones de un país, de manera que estas puedan ofrecer un corredor turístico, de manera que varias regiones puedan verse beneficiadas.

En su conjunto, todos estos objetivos tienen como fin poder superar algunos fallos en el mercado, entre los cuales se tienen a los siguientes:

- Existencia de mercados no competitivos. En sectores tales como los de transportes y comunicaciones (que mantienen una relación directa con el sector turístico), suelen presentarse, en algunas ocasiones, fallas de mercado, tales como monopolios u oligopolios. Como consecuencia de esto, se origina una imposición

de la oferta hacia la demanda. Por tal motivo, los organismos gubernamentales deben de intervenir, para proteger a los consumidores, a través de la creación de normas que fomenten las buenas prácticas empresariales.

- Existencia de bienes públicos. Por sus propias características, los bienes públicos son elementos que no pueden dejar de ser disfrutados por ningún ciudadano. Es por esta razón, que los individuos pueden disfrutar de bienes tales como el medio ambiente, seguridad, infraestructuras de transporte, agua, etc. Por este motivo, los organismos gubernamentales juegan un papel trascendental en el fomento del turismo, ya que de ellos depende el buen funcionamiento y calidad de estos bienes. No en vano, las primeras experiencias de los turistas a la llegada de algún país, están directamente relacionadas con la calidad de estos bienes. Por ejemplo, en la mayoría de casos, los turistas suelen llegar al país por medio de un vuelo comercial, por lo que el estado de los aeropuertos es fundamental, pues es la primera impresión que tienen ellos del país. De la misma manera, sus días de estancia en el país deben de estar caracterizados por la seguridad que puedan ellos sentir durante su permanencia en el país, entre otros motivos. Por ello, la importancia que tienen en estos casos las políticas turísticas es trascendental.
- Externalidades. Las externalidades pueden definirse como actividades que son realizadas por un agente, y que pueden tener impactos positivos o negativos en otros agentes. En el caso del sector turístico, un ejemplo de externalidad positiva puede ser la construcción de un aeropuerto para el desarrollo del sector. Por otro lado, un ejemplo de externalidad negativa podría ser la contaminación que podrían generar los medios de transportes utilizados para realizar alguna actividad turística. Es por estos motivos, que la participación de los organismos públicos en el sector sigue dos lineamientos: impulsar el desarrollo de destinos turísticos, a través del desarrollo de infraestructura y promoción de estos destinos; y del control de los impactos negativos que eventualmente se podrían generar sobre el medio ambiente o los poblados. Por estos motivos, los organismos públicos se ven obligados a crear un equilibrio, de manera de que los bienes públicos creados sean beneficiosos para todos los agentes de la economía.

Se podrían considerar que estos son los principales fallos que se podrían generar la inexorable participación de los organismos públicos en el sector. Estas participaciones, podrían separarse en dos grupos. Por un lado, las de ordenación, en la cual los organismos públicos se dedican, básicamente, a regular el mercado turístico, de manera que este

funcione de manera más eficiente. Por el otro lado, están las de proceso, en la cual los organismos públicos participan activamente en la economía turística en colaboración con los agentes económicos-

Se podría concluir, que la política turística es, en términos más sencillos, el conjunto de acciones que son llevados a cabo por los organismos públicos para ordenar, promover y dinamizar la economía del turismo.

#### **2.4.2 Políticas económicas del turismo**

Las políticas económicas son herramientas que permiten a un Estado poder participar en la economía, de manera que esta pueda alcanzar determinados objetivos, que son fundamentalmente mantener crecimiento económico, conseguir la estabilidad de precios y alcanzar el pleno empleo. De esta forma, los gobiernos procuran mantener la buena marcha de la economía a través del seguimiento de variables tales como el PBI, el IPC o la Tasa de Desempleo.

Las políticas económicas del turismo (o políticas turísticas), tienen como objetivo principal tratar de resolver los diversos problemas que esta actividad presenta, tales como fiscalidad, calidad, medio ambiente, estacionalidad, infraestructura, transportes etc., interviniendo a través de diversos instrumentos y diversas formas, tales como incentivos, leyes, subvenciones, desarrollo de infraestructura, etc., de manera tal que se pueda conseguir la sostenibilidad en el sector, la cual intenta hacer compatibles la rentabilidad económica que genera esta con los aspectos sociales y medioambientales.

De acuerdo a Pulido (2012), las políticas turísticas en relación a las diferentes clasificaciones de política económica deben de establecerse en la siguiente manera:

##### **a) Políticas de intervención y de procesos**

Las políticas económicas se pueden diferenciar entre políticas de ordenación y de procesos. Las primeras se encuentran orientadas a establecer el marco económico general, mientras que las segundas son aquellas participaciones que están básicamente orientadas a resolver determinados problemas y desequilibrios que se derivan del funcionamiento de la economía. De esta manera, se puede considerar que las políticas turísticas se encuentran en medio de estas funciones, ya que mediante la primera se logra el ordenamiento económico a través del marco dispuesto, y mediante la segunda se logra la promoción de la economía turística,

por medio de la participación de los gobiernos como un agente más de la economía.

**b) Políticas macroeconómicas, microeconómicas y mesoeconómicas**

Las políticas macroeconómicas son aquellas que tienen como fin incidir en los agregados macroeconómicos, tales como crecimiento económico, tasa de interés, inflación, tipo de cambio, etc. Estas suelen conocerse como políticas de demanda. Por otro lado, las políticas microeconómicas son aquellas que se destinan a un grupo determinado de agentes, tales como los trabajadores, familias, sectores de la economía, etc., de forma tal que se pueda asegurar una redistribución equitativa y eficiente de los recursos. Estas suelen conocerse como políticas de oferta. Por consiguiente, se deduce que las políticas turísticas se encuentran en el ámbito de las políticas microeconómicas, y por consiguiente, de la oferta, ya que estas intervienen sobre el sector turístico.

Las políticas mesoeconómicas son aquellas que tienen como objetivo primordial mejorar los indicadores de corte socioeconómicos de determinadas regiones con características similares. Estas políticas han podido solucionar el vacío que habían dejado las políticas macroeconómicas y microeconómicas, de tal manera que las políticas mesoeconómicas logran su objetivo dinamizando a los agentes, tanto económicos como sociales. Es así, que estas políticas podrían ser consideradas entre las interrelaciones de la economía turística y las regiones. Por consiguiente, a partir de lo previamente mencionado, se concluye que las políticas mesoeconómicas también forman parte de las políticas de oferta. \*

**c) Políticas de oferta y de demanda**

Como se mencionó con anterioridad, las políticas macroeconómicas se consideran como políticas de demanda, y las microeconómicas y mesoeconómicas como de oferta. Por consiguiente, se puede decir que las políticas turísticas son netamente políticas de oferta, ya que su objetivo primordial es el de fomentar y desarrollar el sector turístico, a través de su promoción. En otras palabras, es su oferta turística.

#### **d) Políticas coyunturales y estructurales**

Las políticas coyunturales son aquellas que tienen sus objetivos a corto y mediano plazo, mientras que las estructurales lo tienen en el largo plazo. En este aspecto, debido a la naturaleza de cada una, se puede considerar a las políticas macroeconómicas como coyunturales, y a las microeconómicas y mesoeconómicas como estructurales. Por consiguiente, se puede inferir que las políticas turísticas son políticas estructurales, debido a que los objetivos que plantean estas deberían de alcanzarse en el largo plazo. Esto permite concluir que el desarrollo de la economía turística debe establecerse en base a un plan estratégico a largo plazo, de manera tal que estos puedan alcanzarse en el corto y mediano plazo.

#### **e) Políticas instrumentales y sectoriales**

Las políticas económicas se concretan en base al uso de determinadas herramientas, las cuales son conocidas como políticas instrumentales. Estas suelen clasificarse en fiscal, monetaria, de rentas, etc. Si estas políticas tienen una incidencia directa en toda la economía, se tratarían de políticas macroeconómicas, pero si estos instrumentos afectan a determinados grupos de la economía, se tratarían de políticas microeconómicas (o sectoriales). Por consiguiente, las políticas instrumentales se reconocen como políticas horizontales, ya que tienen una repercusión directa en toda la economía, y las políticas sectoriales tienen un carácter vertical, ya que solo tienen incidencia en determinados grupos o sectores de la economía.

Dentro de esta clasificación, las políticas turísticas podrían considerarse como sectoriales, microeconómicas y verticales. Sin embargo, si consideramos a las políticas turísticas como mesoeconómicas, pierden el status de verticales para convertirse en territoriales, ya que se considera a todo el territorio como objetivo, estableciéndolo como destino turístico.

### **2.4.3 Niveles de intervención pública en la actividad turística**

Debido al carácter complejo del turismo, se podría considerar que existen diversos niveles de intervención por parte de los gobiernos en este sector. De acuerdo a Sancho (1998), mientras mayor sea el impacto económico que genera el turismo en un país, mayor será

el nivel de intervención por parte de las administraciones públicas hacia este. Estas intervenciones se llevan a cabo de acuerdo a una estructura vertical, formado por tres niveles elementales: nacional, regional y local. Sin embargo, los niveles supranacionales van adquiriendo cada vez mayor relevancia. A continuación, se enumeran los principales niveles de intervención pública en el sector turístico:

**a) Organismos internacionales**

Durante las últimas décadas, el turismo ha venido experimentando un crecimiento constante, por lo que la importancia que ha venido adquiriendo esta actividad ha promovido la creación de organismos que ordenen, promuevan y regulen el sector turístico.

Estos organismos, que poseen competencias turísticas pueden agruparse en cuatro tipos:

- Organismos de naturaleza empresarial, los cuales actúan en distintos ámbitos geográficos. Entre estos tenemos a la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes), IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes), WATA (Asociación Mundial de Agencias de Viajes), entre otros.
- Organismos de naturaleza investigadora, tales como la AIAE (Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo) y la WTTC (World Travel and Tourism Council).
- Organismos de naturaleza gubernamental, cuyos miembros son los Gobiernos de los países en el mundo. Entre estos organismo destacan la OACI (Organización de Aviación Civil Internacional) y la OMT (Organización Mundial de Turismo).

**La Organización Mundial de Turismo**

La Organización Mundial de Turismo (OMT), es un organismo que forma parte de las Naciones Unidas, y tiene como fin fundamental el desarrollo y promoción de un turismo accesible, responsable y sostenible. De esta manera, la OMT se encarga de promocionar la actividad turística con el objetivo principal de coadyuvar al crecimiento y desarrollo económico, a la sostenibilidad ambiental, a la paz, a la prosperidad, a la comprensión internacional y al respeto absoluto de los derechos humanos.

La OMT registra su inicio en 1925, durante el Congreso Internacional de Asociaciones Oficiales de Tráfico Turístico, celebrado en La Haya, Países Bajos. Tiempo después de la Segunda Guerra Mundial, fue rebautizado bajo el nombre de Unión Internacional Oficiales de Turismo (UIOOT), el cual llegó a contar con 109 organizaciones nacionales de turismo, además también de contar con 88 miembros asociados.

Durante la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1969, se aprobó una resolución en la cual se reconocía el papel central que ocupaba la nueva UIOOT en el área del turismo mundial, que iba de la mano con los mecanismos ya preestablecidos en las Naciones Unidas. Es en ese momento, que la UIOOT se transforma definitivamente en la OMT, cuya secretaría principal se instalaría en Madrid, España.

La OMT, para poder conseguir su misión fundamental, se ha planteado los siguientes objetivos: Promoción en el uso de nueva tecnología, fomento del trabajo en conjunto entre los sectores público y privado, cooperación internacional, y la creación de un *Código Ético Mundial para el Turismo*, de manera que se pueda maximizar la contribución socioeconómica del sector, a su vez que se atenúan los impactos negativos que se puedan generar. De esta manera, el turismo sirve como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), planteados para poder disminuir la pobreza y promover el desarrollo sostenible en todo el mundo.

En la actualidad, la OMT está formada por 157 países, 6 miembros asociados y más de 480 miembros afiliados, los cuales forman parte del sector privado, asociaciones de turismo, centros de enseñanza y a autoridades turísticas locales.

#### **b) Gobiernos nacionales**

Como cualquier otro sector de la economía, el peso de la participación de las administraciones públicas en la actividad turística va a depender, en buena parte, del nivel de importancia que tenga esta en la economía del país.

Sin embargo, de acuerdo a Sancho (1998), el desarrollo del sector turístico es una responsabilidad del Gobierno, por lo cual este debe de diseñar un plan para la política turística en general, estableciendo el peso que le va a dar a esta en la

economía a través de objetivos y las herramientas que va a utilizar para poder alcanzarlos, tales como leyes, desarrollo de infraestructura, etc.

Las intervenciones en el sector de los Gobiernos Nacionales dependen en gran medida del nivel de descentralización de cada país. Por ello, los Gobiernos Centrales deben de establecer las líneas estratégicas a seguir en el país. Del mismo modo, también debe de coordinar las políticas económicas del turismo desarrolladas por las regiones y localidades que forman parte del territorio.

No obstante, los Gobiernos Nacionales suelen perder ciertas competencias en la elaboración de algunas políticas económicas. Algunas de estas competencias suelen ser transferidas a instituciones supranacionales, mientras que en otros casos suelen transferirse a instituciones por debajo del nivel federal de Gobierno, ya sean regionales o locales. Por ello, las políticas turísticas se caracterizan por ser competencias a niveles inferiores del Gobierno.

#### **c) Gobiernos regionales**

Con el transcurso de los años, la participación de los Gobiernos Regionales en el sector turístico está cobrando más relevancia, ya que con el incremento de competencias entre destinos turísticos, hace imperante actuar sobre estos, por medio de una política turística regional.

Es en este nivel de Gobierno, donde se detecta a la política turística como una política de clúster, cuyo objetivo primordial es la continua mejora de los territorios como destinos turísticos. Por ejemplo, en países como España o México, los Gobiernos Regionales presentan plenas competencias de ordenación, promoción y regulación del turismo, de manera que se aprecia el alto grado de descentralización de las políticas turísticas en estos países.

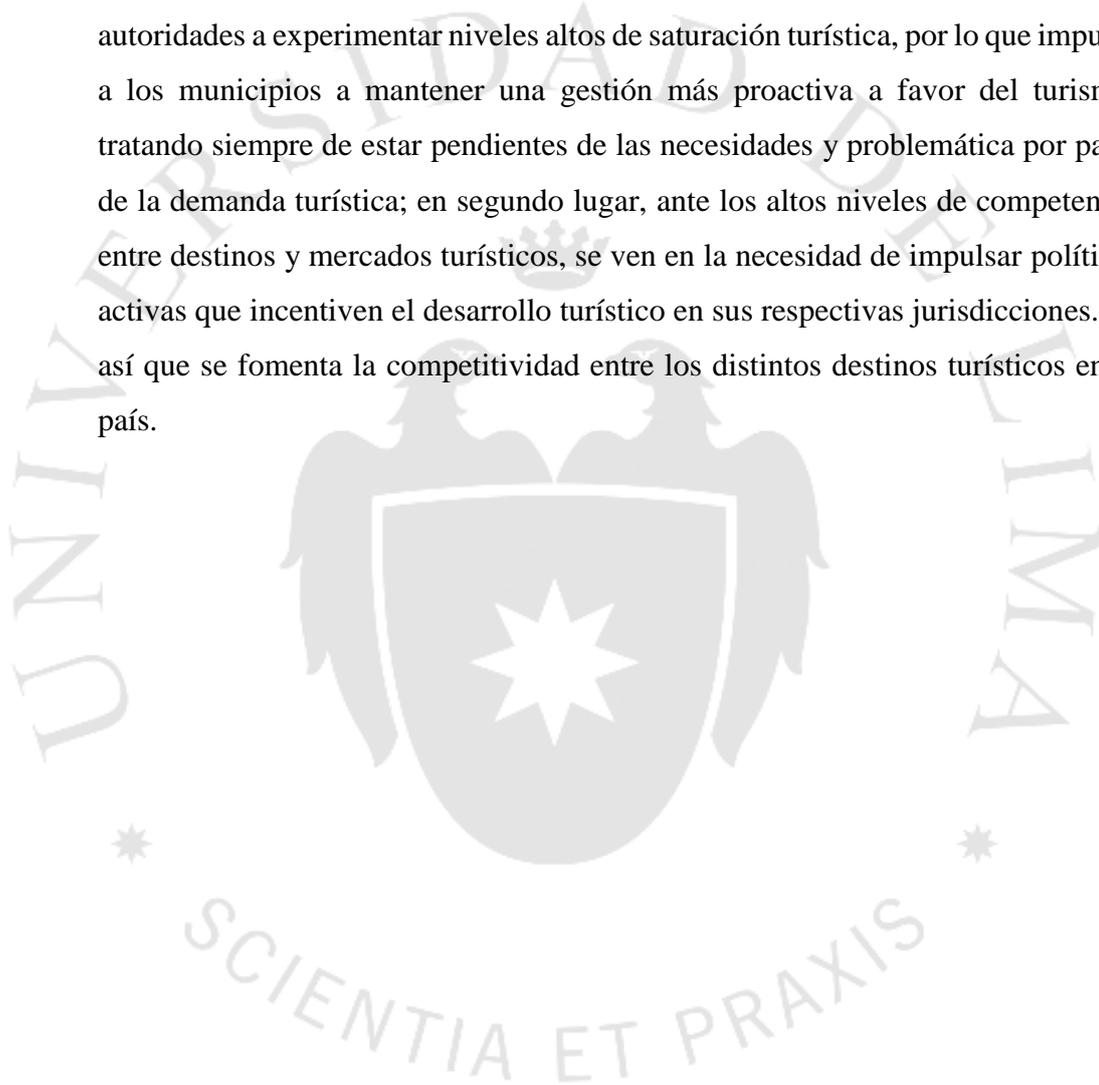
Sin embargo, en algunas regiones que manifiestan más autonomía, debido a sus características territoriales, socioculturales y medioambientales, los destinos turísticos no coinciden entre sí, haciéndose necesario trabajar a un nivel más desagregado.

#### **d) Gobiernos locales**

En la práctica, las autoridades locales o municipales han venido participando en el sector turístico a través del desarrollo de infraestructuras (áreas de paseo, acceso

a recursos turísticos, seguridad ciudadana, etc.), mantenimiento y gestión de recursos turísticos (patrimonio cultural, monumentos, etc.), planificación urbana, las cuales permiten asentar las bases necesarias para el adecuado desarrollo turístico en el municipio, entre otros.

No obstante, en los últimos años, las competencias turísticas de los municipios han venido incrementándose debido a dos factores importantes. En primer lugar, al constante incremento de turistas en estas localidades, lo que ha llevado a las autoridades a experimentar niveles altos de saturación turística, por lo que impulsa a los municipios a mantener una gestión más proactiva a favor del turismo, tratando siempre de estar pendientes de las necesidades y problemática por parte de la demanda turística; en segundo lugar, ante los altos niveles de competencia entre destinos y mercados turísticos, se ven en la necesidad de impulsar políticas activas que incentiven el desarrollo turístico en sus respectivas jurisdicciones. Es así que se fomenta la competitividad entre los distintos destinos turísticos en el país.



## CAPÍTULO III: EL SECTOR TURÍSTICO EN EL PERÚ

### 3.1 Aspectos institucionales del sector turístico peruano

#### 3.1.1 Organismos relacionados al sector turismo

En la actualidad, el Perú cuenta con diversas entidades, tanto públicas como privadas, que tienen como misión apoyar el crecimiento y desarrollo del turismo en el Perú. Algunas de estas instituciones tienen un carácter político, mientras que otras tienen como único fin brindar apoyo al sector, manteniendo completa independencia respecto del gobierno. Entre estas entidades, las que tienen mayor relevancia son las siguientes:

##### a) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), a través del Viceministerio de Turismo, tiene la misión de lograr que la actividad turística se convierta en un impulsor de las inversiones de turismo en todo el Perú. Para lograr este cometido, el MINCETUR cuenta con una serie de programas y acciones que van a coadyuvar a alcanzar el objetivo principal de este, que es el contar con turismo sostenible. De esta manera, las actividades del Viceministerio de Turismo están dirigidas a:

- Analizar y comprender las variables de comportamiento turístico, tanto receptoras como internas.
- Promover las inversiones (pública y privada) en el sector turismo.
- Alentar la mejora de la calidad de los productos turísticos ofrecidos.
- Brindar protección a los turistas que vienen al Perú.
- Impulsar y desarrollar conciencia turística en todos los ciudadanos.
- Fomentar la diversificación de la oferta de nuestros productos turísticos en conjunto con todas las regiones, respetando los fundamentos del turismo sostenible.

##### b) Cámara Nacional de Turismo

La Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) es una entidad privada, que se constituyó en 1971, siendo formada bajo la figura de una asociación civil sin fines políticos ni de lucro, estando conformada por todas las entidades privadas que tienen algún tipo de nexo con el sector turístico.

La CANATUR tiene como misión promover el desarrollo empresarial en el sector turismo para así poder contribuir con la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos. De esta forma, busca fomentar el crecimiento y desarrollo sostenibles del sector de manera dinámica y proactiva.

Entre los objetivos fundamentales que tiene la CANATUR se encuentran el coadyuvar el acrecentamiento económico y social del país, promover el turismo interno y receptivo, y conservar la más estrecha colaboración y cooperación con todas las organizaciones que forman parte de este gremio.

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

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), es una entidad técnica especializada que tiene dependencia del MINCETUR; sin embargo, esta cuenta con autonomía para poder realizar las funciones que tiene asignada.

La misión que tiene PROMPERÚ es posicionar al Perú como una marca en el mundo, de manera que así se pueda dar promoción a los diversos destinos turísticos con los que cuenta el Perú, así como toda su gama de productos de exportación, contribuyendo al desarrollo sostenible del país.

**d) Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines**

La Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA), es una entidad de corte privado que se constituyó en 1943, y está legalmente reconocida por el Gobierno como una organización que representa al sector hotelero.

Esta institución asocia a todas las empresas, sean estas nacionales o extranjeras, que ofrecen servicios hospitalarios (hotelería), de restauración (venta de alimentos y bebidas), de educación dentro del ámbito del sector (Universidades e Institutos de educación técnica), de entretenimiento (casinos, clubes sociales, bares, discotecas, espectáculos, peñas), de producción y comercio de artesanías, así como también museos, galerías de arte y empresas que ofrecen servicios que tienen vínculo con el sector hotelaría.

### **3.1.2 Marco legal y normatividad del Turismo**

#### **a) Ley General del Turismo**

La Ley General del Turismo (Ley Nro. 29408), tiene como misión fundamental fomentar, regular y desarrollar de manera sostenible el turismo en el país. Esta ley es de carácter obligatorio para todos los niveles de gobierno (nacional, regional y local), y se aplica en plena coordinación con todos los actores que se encuentran vinculados al sector.

Dentro de los principios que se generan a partir de esta ley, tenemos los siguientes: desarrollo sostenible, inclusión, no discriminación, fomento de la inversión privada, descentralización, calidad, competitividad, comercio justo en el turismo, cultura turística, identidad y conservación.

#### **b) Plan Estratégico Nacional de Turismo (ver Anexo 3)**

El Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú (PENTUR), establece los lineamientos generales a seguir para poder incorporar todos los recursos y servicios turísticos del Perú.

Entre los objetivos más destacables establecidos en el PENTUR, se encuentran el incrementar el número de llegadas de turistas internacionales, aumentar el número de divisas, generar nuevos puestos de empleo, promover el crecimiento del turismo interno y posicionar al Perú como un destino turístico sostenible.

#### **c) Plan Nacional de Calidad Turística (ver Anexo 4)**

El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR), es una herramienta inspirada en el concepto de producto turístico de alta calidad, el cual debe de combinar atractivos y servicios, de forma tal que esto pueda propiciar la decisión de los turistas de viajar a los lugares donde se ofrece este producto.

En los últimos años, el Perú ha experimentado un incremento progresivo respecto del ingreso del número de turistas extranjeros. Entre los principales motivos que pueden explicar este fenómeno, encontramos que el constante crecimiento económico experimentado por el Perú, así como el mejoramiento de la seguridad interna en el país, han contribuido de forma significativa a que este crecimiento en el número de ingresantes extranjeros al Perú se manifieste de esta forma.

#### **d) Plan COPESCO Nacional (ver Anexo 5)**

El Plan COPESCO Nacional, es una unidad ejecutora del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Este tiene como finalidad formular y realizar planes de inversión pública para el adecuado desarrollo de recursos turísticos, los cuales van a permitir ampliar, diversificar y optimizar la oferta turística en todo el país por medio de acuerdos estratégicos con todos los gobiernos subnacionales, así como también entidades públicas, privadas, nacionales y organismos internacionales.

### **3.2 Políticas públicas y de promoción del turismo en el Perú**

La historia de la actividad turística en el Perú se desarrolló de manera paralela al desenvolvimiento de la industria turística en el mundo. Es así, que durante los primeros años del siglo XX, el aumento de las formas de comunicación (tanto aérea como terrestre) y el afianzamiento de las clases medias en el país, permitieron cierto desarrollo del turismo interno, sobre todo en aquel que se centraba en los rubros de vacaciones y salud. Como consecuencia de que el Perú se encontraba rezagado respecto de los países industrializados, así como también por lo costoso que era viajar usando el transporte marítimo, durante las primeras décadas del siglo XX, la actividad turística estuvo prácticamente limitada a viajeros de altos recursos. Sin embargo, durante la década de los años cincuenta, este comenzó a tener mayor presencia debido a la propaganda masiva de esta actividad. A partir de este momento, el turismo siempre ha ido avanzando de la mano de los ciclos económicos.

#### **a) Etapa 1: Desarrollo de la infraestructura**

Durante el transcurso de las primeras décadas del siglo XX, el turismo no fue considerado como uno de los sectores económicos más importantes del país, ya que este no era visto como un potencial generador de divisas. No obstante, se pudo observar cierto crecimiento en el rubro turístico, el cual tuvo sus cimientos en dos hechos fundamentales: primero, al incremento de los medios de comunicación, los cuales facilitaron el movimiento de la población; y segundo, al aumento de las clases medias, cuyos ingresos les permitió realizar viajes de relajación y ocio.

Los años comprendidos entre 1911 y 1930, se caracterizaron por el ingreso de capitales foráneos (principalmente norteamericanos, aunque también de origen europeo y japonés). Por tal motivo, los países de América Latina experimentaron

un apogeo en sus economías, como consecuencia principal de la gran demanda de materias primas por parte del mercado internacional. Es así, que durante el segundo gobierno de Augusto B. Leguía (1919-1930), se invirtieron grandes capitales en modernizar y desarrollar el país, de manera que los sectores medios crecieron de manera notable, lo que coadyuvó al aumento de la burocracia estatal. Asimismo, surgió un nuevo grupo de empresarios, los cuales fueron de origen tanto nacional como extranjero.

El Estado se convirtió en el principal impulsor de la economía nacional por medio de la creación de obras públicas, para así poder captar inversión privada. De esta manera, se amplió de manera significativa la red vial con la construcción de importantes obras de infraestructura, como aeropuertos, carreteras y vías férreas. Es así, que la carretera Panamericana inició su construcción, lo que generó que los ciudadanos puedan realizar viajes en automóvil por la mayoría de las ciudades de la costa. Asimismo, se avanzaron en la construcción de algunos tramos de la carretera Central. Por otro lado, se inició la construcción del antiguo aeropuerto de Lima (aeropuerto de Limatambo), lo cual permitió recibir vuelos del exterior. En 1929, se inauguró la línea aérea nacional Faucett Perú, la cual realizaba vuelos en el interior del país.

Esta bonanza provocó el desarrollo del turismo interno, el cual se enfocó hacia ciudades de balnearios y centros medicinales, y en menor medida hacia provincias de la Sierra. Como consecuencia de ello, se desarrollaron complejos hoteleros en la Huacachina, en Ica y Baños de Bozal, en Huaral, los cuales fueron de los destinos que fueron más visitados por las clases más pudientes de Lima e Ica hasta los años 50. Asimismo, por las celebraciones de la independencia del Perú, se desarrollaron grandes obras para embellecer Lima y otras ciudades capitales importantes. Por ello, se dio paso a la construcción de hoteles, monumentos, museos, parques, etc.

La crisis económica desatada hacia finales de la década de 1920 conllevó a que la economía nacional padeciera de una fuerte contracción. Recién durante el primer gobierno de Manuel Prado (1939-1945), se inició el proceso de recuperación. Durante este periodo, el Estado lideró la tarea de empezar a modernizar el país. Para ello, estableció una alianza con inversionistas privados, de manera que este proceso de modernización no se ralentice y se desarrolle de forma más rápida y

efectiva. Como consecuencia de la explosión demográfica ocurrida en la década del cuarenta, y al control de precios e incremento de salarios aplicados por el Estado, se desarrolló el mercado interno. Es en este periodo en el que se crean las primeras corporaciones por parte del Estado, que buscaban promover el desarrollo de inversiones privadas en favor del turismo. De esta forma, en 1942, se inauguró la primera cadena hotelera en el Perú, la *cadena de Hoteles de Turistas*, cuya propietaria era la Compañía Hotelera del Perú S.A. Entre algunos de los hoteles más destacados de la cadena en este periodo, se puede mencionar al Hotel de Turistas de Huancayo y al Hotel de Turistas de Camaná. Por otro lado, durante este periodo se culmina la carretera Panamericana, lo cual coadyuvó a dinamizar el turismo en el país (principalmente en la Costa).

Durante el gobierno de José Luis Bustamante y Rivero (1945-1948), la economía experimentó un cambio en la forma en la cual se estuvo manejando previamente, ya que esta paso a estar subordinada por el Estado, a través de una mayor intervención. En este contexto, en 1946, se fundó la Corporación Nacional de Turismo, la cual se hizo cargo del manejo de la cadena Hoteles de Turistas, así como también de la edificación de nuevos hoteles (como el Hotel de Turistas de Pucusana). La expansión estatal, así como las inversiones que estaban planificadas, se vieron afectadas por una muy aguda crisis económica, lo cual condujo a la caída del gobierno por medio del golpe militar perpetrado por el general Manuel Odría.

La década de los cincuenta fue el inicio de un nuevo periodo para el Perú, ya que se prepararon grandes proyectos de modernización e industrialización para el país. Como consecuencia de la guerra de Corea, la economía nacional se vio golpeada positivamente, debido a que los precios de nuestras principales materias primas crecieron de manera exponencial. Por otro lado, las inversiones en las áreas de minería y manufactura coadyuvaron a la dinamización de la economía. Por ello, las finanzas del Estado crecieron y este pudo realizar obras públicas de gran envergadura. La inversión privada también creció, por lo que las clases medias se consolidaron. Esto último se pudo expresar en la capacidad de gasto en viajes de ocio realizados por los ciudadanos.

Durante el gobierno del general Odría (1948-1956), se optó por volver a manejar la economía a través de un modelo liberal, por lo que el Estado pasó a tener

únicamente un rol subsidiario en la inversión privada, así como también se dedicó a alentar la inversión de capitales extranjeros. En este contexto, el Estado devolvió la cadena de Hoteles de Turistas a sus dueños originales, la Compañía Hotelera del Perú S.A., con lo cual las inversiones en infraestructura hotelera en el país aumentaron de manera considerable. Del mismo modo, se empezaron a desarrollar grandes obras de infraestructura, lo que permitió incrementar las carreteras y el sistema de transportes. Durante el segundo gobierno de Prado (1954-1962), se continuaron con las directrices que se implementaron en el gobierno previo.

#### **b) Etapa 2: Fomento del sector**

Los años sesenta significaron un nuevo empuje hacia la actividad turística a nivel mundial. Esta tuvo un crecimiento grande debido a los menores costos que generaba usar algún medio de transporte, así como también al crecimiento de las clases medias. Ambos acontecimientos provocaron una masificación del turismo. En este momento, los países menos desarrollados fueron tomados en consideración por viajeros de países del primer mundo. De esta manera, distintas organizaciones internacionales promovieron esta industria, ya que fue considerada como una vía alternativa de desarrollo. Por tal motivo, se buscó incentivar el endeudamiento público, así como también el privado, con el objetivo de desarrollar obras de infraestructura que permitieran promocionar el turismo. No obstante, si bien estos organismos internacionales (como la ONU, la OCDE, el Banco Mundial y la OMT) buscaron promover el turismo, se enfocaron exclusivamente en el lado económico del turismo, dejando de lado los aspectos culturales y sociales de esta actividad. Es así, que en este contexto, durante el primer gobierno de Fernando Belaúnde (1963-1968), se diseñaron políticas públicas que permitieran aumentar el número de turistas, tanto nacionales como internacionales. De esta forma, con el eslogan “Conozca el Perú primero”, se buscó incentivar el flujo de turistas al país.

Este periodo se caracterizó por el desarrollo de proyectos de infraestructura vial para poder conectar todo el país. De esta manera, se emprendieron grandes obras de infraestructura vial. Entre ellas se puede mencionar a la carretera Marginal de la Selva, la cual permitió poder interconectar la región amazónica con el país. Es

importante mencionar que también se construyeron varios aeropuertos en varias ciudades del interior; sin embargo, en este aspecto, lo más resaltante fue la inauguración del aeropuerto Jorge Chávez, el cual inició su construcción en 1960 y fue inaugurado en 1965, reemplazando al antiguo aeropuerto de Limatambo.

Durante 1964, se crea la Corporación de Turismo del Perú (Coturperú), con el objetivo de organizar y promover la restauración del patrimonio nacional. Por otro lado, se diseñó el Plan Copesco, el cual tenía como objetivo principal fomentar el desarrollo del turismo en la zona sur del país. A su vez, el Estado pasó a tener un mayor desempeño en el desarrollo hotelero. Así, en 1969, Coturperú pasó a tener la administración de la cadena de Hoteles de Turistas.

Entre los años de 1968 y 1975, se dio el gobierno de Juan Velasco Alvarado, el cual se caracterizó por ser de corte socialista. Es así, que el gobierno pasó a tener un dominio absoluto en la economía. En el rubro del turismo, se buscó promover al Perú como un destino atractivo para los turistas. Para lograr ello, el gobierno buscó incentivar las inversiones privadas domésticas en hotelería y turismo, por medio de estímulos económicos creados para lograr tal fin. Entre estos, se puede mencionar la exención de impuestos y la concesión de préstamos en el rubro. Asimismo, se crearon determinados impuestos a bienes y servicios, con el fin de destinar estos ingresos a la promoción del turismo. El denominado Plan Inca, buscó aumentar el flujo de ingresos por concepto de turismo, de manera que se buscó estimularlo a través del desarrollo de infraestructura turística.

En 1969, la Corporación del Turismo del Perú se convirtió en Enturperú, empresa de corte estatal que se dedicó al desarrollo y promoción del Perú como destino para realizar turismo, haciendo énfasis en nuestro patrimonio cultural. Es así, que se llevaron a cabo restauraciones de nuestro patrimonio histórico, a su vez que se implementaron políticas de rescate y un proceso de revalorización de nuestra riqueza cultural.

Durante el gobierno de Francisco Morales Bermúdez (1975-1980), se determinó cambiar la manera en la cual se estaba manejando la economía implantada durante el gobierno de Velasco. De esta manera, las políticas públicas que se dirigieron al sector turismo buscaron incentivar la inversión, sobre todo la privada. En 1977, se decretó una política de incentivos a la actividad turística, tales como la

exoneración de impuestos, facilidades para la compra de terrenos públicos, otorgamiento de créditos con tasas de interés favorables por parte de la banca estatal, liberación del impuesto a la renta, entre otros. Por otra parte, para la promoción del turismo, se rebajaron los impuestos en bienes y servicios en actividades relacionadas este.

Durante este periodo se creó el Ministerio de Industria y Turismo, el cual se encargó de promover y desarrollar la infraestructura del sector en el país, así como también controlar la correcta marcha de los servicios turísticos y supervisar la calidad de estos. Asimismo, se creó el Fondo de Promoción del Turismo (Foptur), el cual tuvo como funciones promocionar el turismo receptivo; incitar a las empresas turísticas a promover el desarrollo de turismo hacia el Perú; apoyar el folklore nacional; y realizar planes y programas de promoción turística. Por otro lado, a la par de la creación del Foptur, se creó el Centro de Formación Turística (Cenfotur), el cual se erigió como una institución dedicada a la formación de profesionales del sector.

La década de los años ochenta se caracterizó por ser un periodo de alta inestabilidad económica. A esta crisis se le sumó la ola de violencia desatada en el interior del país por parte de movimientos subversivos. Durante el segundo gobierno de Fernando Belaúnde (1980-1985), se continuó con las reformas económicas iniciadas en el gobierno de Morales Bermúdez; sin embargo, debido al clima económico y a la aparición de Sendero Luminoso y el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA), los flujos de turistas tuvieron un decremento importante. No obstante, el gobierno intentó impulsar el sector, a través de políticas que tuvieron como objetivo promover las inversiones privadas por medio de incentivos tributarios. En este contexto, la empresa Enturperú fue privatizada nuevamente y fue rebautizada como Coturperú. Durante el primer gobierno de Alan García (1985-1990), se continuaron con gran parte de las políticas iniciadas en el gobierno anterior; no obstante, la actividad turística disminuyó, ya que el flujo de turistas hacia el Perú fue casi inexistente. Por un lado, el Perú se encontraba en una etapa de estanflación económica, lo que llevó al país a la ruina; y por otro lado, los ataques subversivos habían llegado a su punto más álgido.

### c) **Etapa 3: Promoción del sector**

Durante los años noventa, en el gobierno de Alberto Fujimori, la economía peruana empezó a mostrar señales de recuperación, así como también la seguridad interna. Es en este gobierno en el que se da un giro definitivo al neoliberalismo económico. De esta forma, se inició un agresivo plan de privatizaciones de las inversiones. En el rubro del turismo, se decidió extinguir Enturperú, y los hoteles que pertenecieron a la otrora cadena de Hoteles de Turistas, fueron comprados por empresas del sector privado.

A partir de 1993, se inició un crecimiento continuo del turismo en el Perú. Entre los años 1993 y 1998 los ingresos por turismo crecieron en un ratio anual del 20%. A diferencia de los gobiernos anteriores, en este no solo se diseñaron políticas en favor del desarrollo de infraestructura, sino que se buscó incrementar el flujo de turistas a través de agresivas campañas de publicidad, que buscaban posicionar al Perú como un destino variado, ya que se buscó no solo destacar al Perú por su patrimonio histórico-cultural, sino que también se quiso destacar la gastronomía, ecología, entre otras. Es en este periodo que se crea PromPerú, institución creada con la finalidad de incrementar el flujo de turistas hacia el Perú, así como también iniciar pactos con organizaciones internacionales y crear y promocionar productos turísticos en el mercado mundial.

En estos años se crea el Plan Maestro de Desarrollo Turístico, el cual tenía como objetivo masificar el turismo hacia el Perú a través de la promoción de productos que se ofrecían en el mercado mundial. Para poder lograr ello, se crearon alianzas público-privadas que buscaban realizar diversas promociones en el mundo de nuestra oferta turística. También se desarrollaron planes para desarrollar otros tipos de turismo, como el agroturismo, turismo participativo, turismo de naturaleza, etc., aprovechando la diversidad de regiones con las que cuenta el país. Por otro lado, durante este régimen se promulgó una nueva ley de turismo, la cual buscaba generar seguridad a los turistas. Es así, que se crearon la policía de turismo en 1993 (la cual tenía como principales funciones auxiliar al turista y resguardar el patrimonio) y la fiscalía de turismo en 1998 (la cual tenía como función recibir denuncias por parte de turistas que hayan tenido una mala experiencia en el servicio recibido).

En el gobierno de Alejandro Toledo (2001-2006), se inicia la recuperación de la economía nacional (la cual había sido golpeada hacia finales del siglo), basándose en el modelo ya establecido en el gobierno de Fujimori. En el rubro turístico, las políticas de estado se centraron en apoyar la promoción del Perú como producto, relanzando circuitos turísticos ya consagrados como el del sur (Lima-Ica-Arequipa-Cuzco-Puno), así como también a crear incentivos a las inversiones privadas, a través de beneficios tributarios.

En el año 2002, como parte de la estrategia comercial para promocionar al país, se crea la marca turística, el cual fue símbolo e imagen del Perú. Inicialmente, se pretendía promover nuestros restos arqueológicos, así como también la naturaleza, las festividades y las costumbres peruanas. El primer eslogan establecido fue “Donde la historia vive”, para luego pasar en el año 2003 a “Perú, país de los Inkas”, haciendo énfasis en la relación con la cultura incaica. Al mismo tiempo, se continuó con el desarrollo de la gastronomía peruana, expresión inmaterial de nuestra cultura.

Durante el segundo gobierno de Alan García (2006-2011), se continuó, inicialmente, con las políticas establecidas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo (2005-2015); sin embargo, se dispuso cambiar el ordenamiento territorial, de manera que se puedan adecuar a las nuevas tendencias mundiales de planificación turística. De esta forma, se establece el PENTUR.

Durante la gestión de Ollanta Humala (2011-2016), se intensificaron las campañas de promoción turística del Perú en el mundo, a través de la nueva marca Perú, la cual se caracterizaba por estar escrita con grafías de la cultura Nazca. Por otro lado, también se lanzó la campaña “¿Y tú qué planes?”, con la finalidad de promover el turismo interno. Asimismo, se amplió el trabajo con los gobiernos subnacionales y se incrementó la inversión pública en infraestructura turística. Finalmente, uno de los pasos más gravitantes que se dieron en cuanto a políticas de fomento a las inversiones en turismo, fue la entrada en vigencia de la Ventanilla Única de Turismo (VUT), con lo cual se va a facilitar la realización de inversiones en el sector. De esta forma, el número de procesos administrativos que se hacían necesarios para poder realizar algún tipo de inversión en el sector se reducen al mínimo.

Tabla 3.1

Principales políticas públicas implementadas en el sector turismo.

Periodo	Gobierno	Acontecimientos
1919 - 1930	Augusto B. Leguía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se amplió la red vial de manera significativa.</li> <li>• Inició de construcción de la carretera Panamericana</li> <li>• Se construyeron algunos tramos de la carretera Central.</li> <li>• Se inició la construcción del antiguo aeropuerto de Limatambo.</li> <li>• Se inaugura la primera línea aérea nacional, Faucett.</li> </ul>
1939 - 1945	Manuel Prado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se inaugural la primera cadena hotelera en Perú, la cadena de Hoteles de Turistas, de capitales privados.</li> </ul>
1945 - 1948	José Luis Bustamante y Rivero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se fundó la Corporación Nacional de Turismo, la cual pasó a manejar la cadena de Hoteles de Turistas.</li> </ul>
1948 - 1956	Manuel Odría	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se devuelve a sus dueños originales la cadena de Hoteles de Turistas.</li> <li>• Se incrementaton las carreteras y se mejora el Sistema de transportes.</li> </ul>
1963 - 1968	Fernando Belaúnde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se crea el primer eslogan: “Conozca el Perú primero”.</li> <li>• Se crean grandes obras de infraestructura vial, entre ellas la carretera Marginal de la Selva.</li> <li>• Se inaugural el aeropuerto internacional Jorge Chávez Dartnell.</li> <li>• Se crea Coturperú.</li> <li>• Se diseña el Plan Copesco.</li> </ul>
1968 - 1975	Juan Velazco	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se buscó incentivar las inversiones privadas nacionales en hotelería.</li> <li>• La Corporación Nacional de Turismo se vuelve en Enturperú.</li> </ul>
1975 - 1980	Francisco Morales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se crea el Ministerio de Industria y Turismo.</li> <li>• Se crea el Foptur.</li> <li>• Se creó el Cenfutur.</li> </ul>

1980 - 1985	Fernando Belaúnde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enturperú se vuelve en Coturperú.</li> </ul>
1985 - 1990	Alan García	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de turistas decrece de manera significativa debido a la coyuntura política y económica.</li> </ul>
1990 - 2000	Alberto Fujimori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se extingue Enturperú.</li> <li>• Se crea PromPerú.</li> <li>• Se crea el Plan Maestro de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Se crea la policía de turismo y la fiscalía de turismo.</li> </ul>
2001 - 2006	Alejandro Toledo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se elabora el Pentur.</li> <li>• Se crea una nueva marca turística: “Perú, país de los Inkas”.</li> </ul>
2006 - 2011	Alan García	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se siguen con los lineamientos establecidos en el Pentur.</li> </ul>
2001 - 2016	Ollanta Humala	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cambia la marca Perú.</li> <li>• Nueva campaña publicitaria “¿y tú qué planes?”.</li> <li>• Entra en vigencia la Ventanilla Única de Turismo (VUT).</li> </ul>

### 3.3 Análisis descriptivo del sector turismo en el Perú

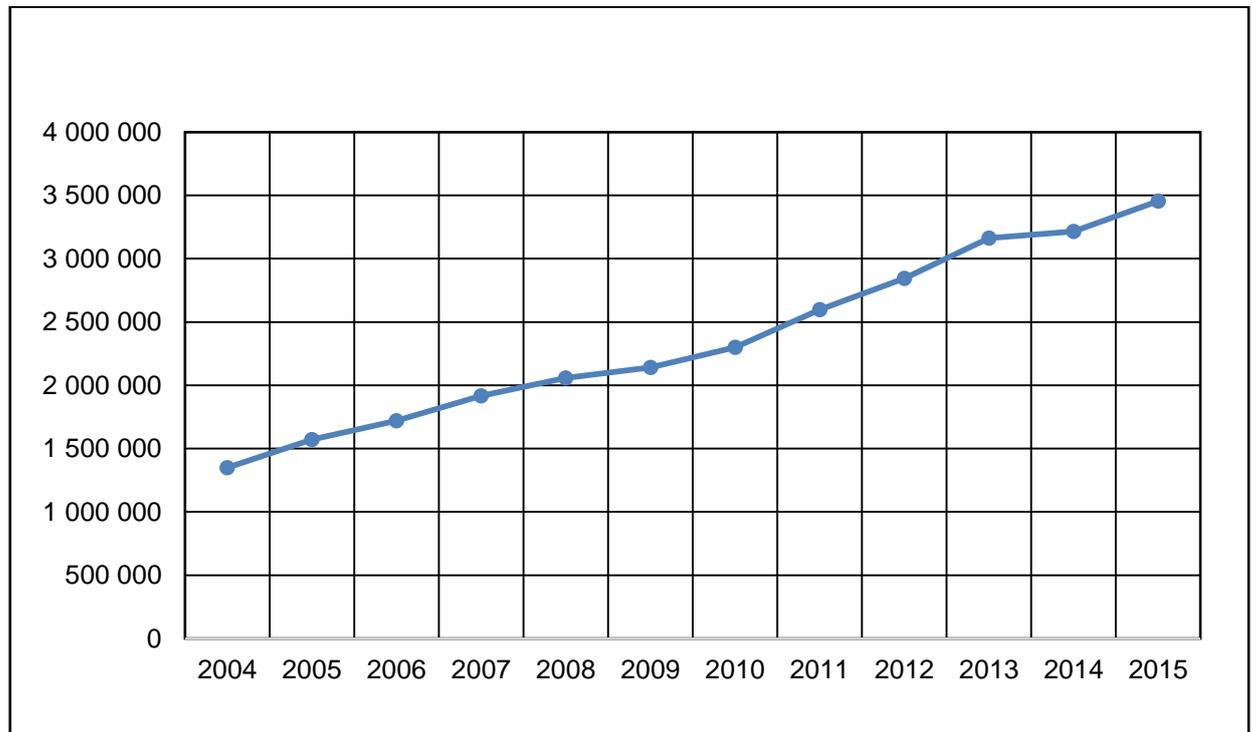
#### 3.3.1 Evolución de los indicadores turísticos en el Perú

##### a) Llegada de turistas del exterior

Durante los últimos años, el Perú ha mostrado mantener una tendencia creciente respecto del número de turistas extranjeros que llegan al país. A continuación, se presenta un análisis descriptivo del flujo de turistas ingresantes al Perú durante el periodo de estudio (2004-2015):

Figura 3.1

Arribo de turistas en el periodo 2004 - 2015



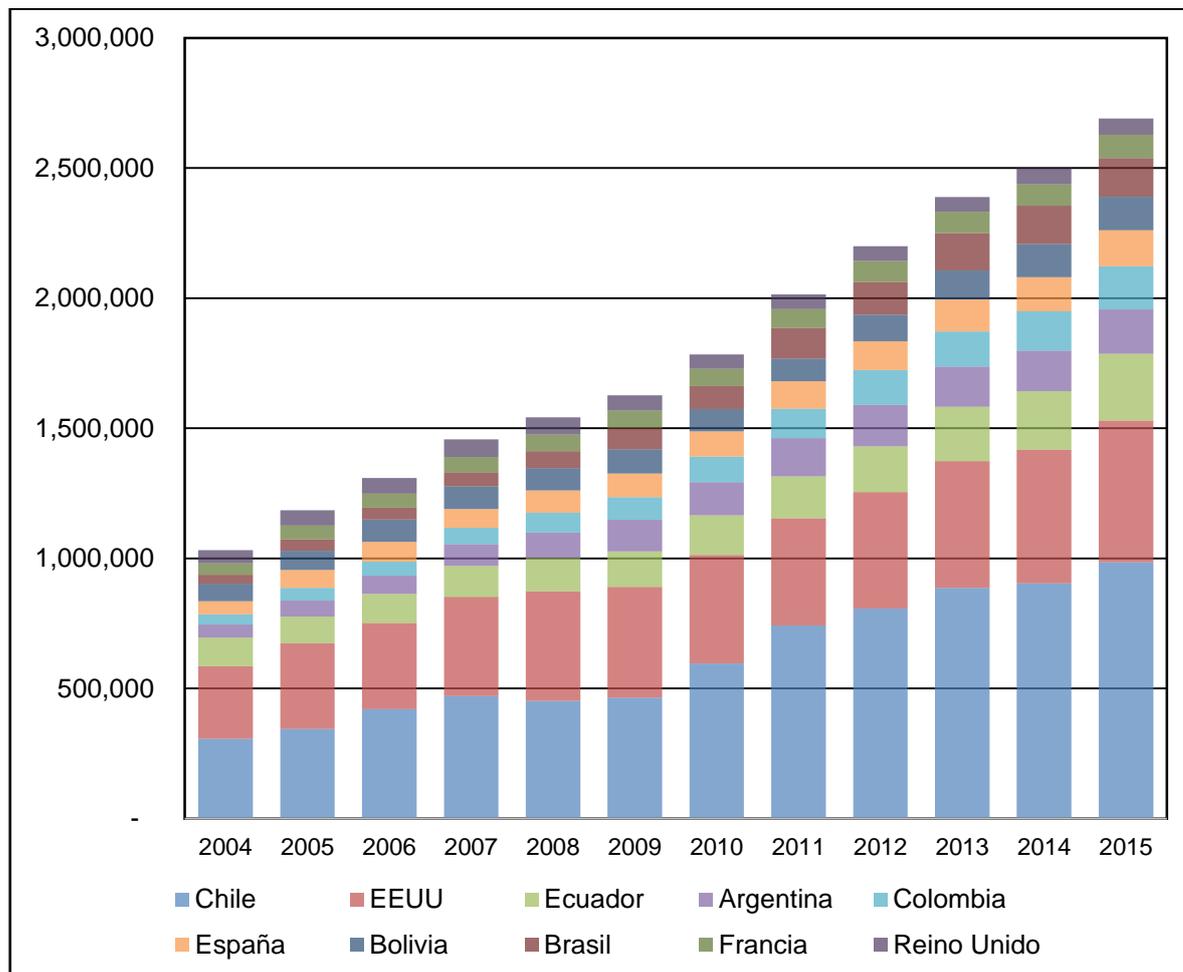
Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s. f.). *Llegada de turistas internacionales*. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/>

Como se puede apreciar en la figura 3.1, para el periodo en estudio el número de turistas que ingresó al Perú siempre mantuvo una tasa anual creciente, lo que demuestra que el interés por parte de los extranjeros por realizar turismo hacia nuestro país aumentó cada año. A excepción del año 2014, donde la tasa de crecimiento de ingreso de turistas es inferior, siempre se mantuvo una tendencia creciente respecto de un año con otro.

La estabilidad económica que ha venido experimentando el país durante los últimos años, aunada a la mejora de la seguridad que se vive en la actualidad, han coadyuvado a que el flujo de turistas hacia el Perú haya aumentado de forma considerable. A estos motivos hay que agregarles otros que también son importantes, como la nominación obtenida por la ciudadela de Machu Picchu como una de las 7 nuevas maravillas del mundo moderno en el año 2007, así como también al actual “boom” que vive la gastronomía peruana.

Figura 3.2

Principales países emisores de turistas al Perú en el periodo 2004 - 2015



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s. f.). *Turistas internacionales, según país de residencia permanente*. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/>

En la figura 3.2, se muestra cuáles fueron los principales países emisores de turistas al Perú en el periodo de estudio. A partir de este, se puede apreciar que Chile ha sido el principal país emisor, seguido por Estados Unidos y Ecuador. Algo más rezagados, se encuentran Argentina, Colombia y España.

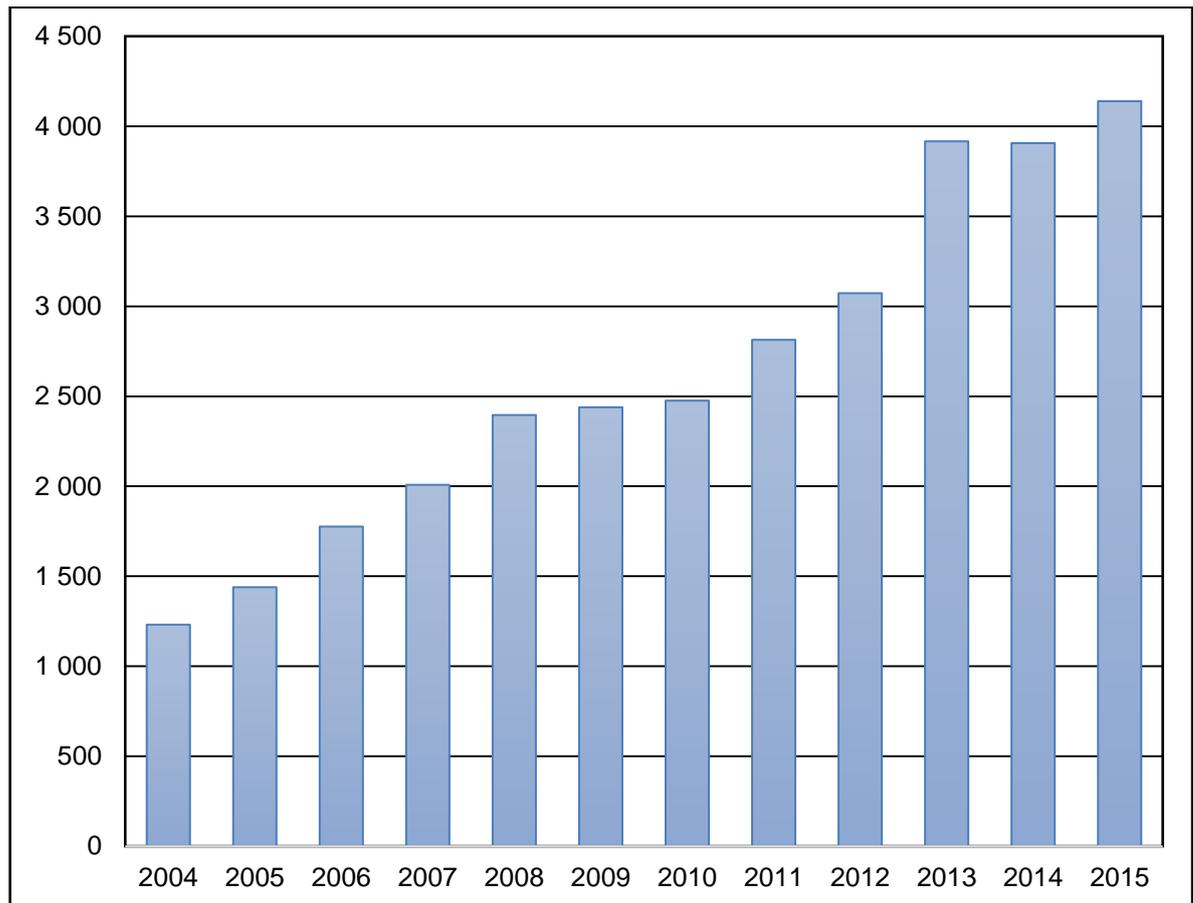
Como parte de su labor, el MINCETUR recolecta la información de cuántos turistas ingresan al país cada año, así como también su procedencia. De esta manera, por medio de PROMPERÚ, se va a poder diseñar mejor las estrategias de promoción turística del país, teniendo conocimiento de dónde provienen los principales turistas, para así poder tener mejor conocimiento de su evolución.

### b) Divisas generadas por turismo receptivo

Durante el período 2004 – 2015, el flujo de dinero dejado en el país por concepto de turismo receptivo tuvo los siguientes resultados:

Figura 3.3

Ingreso de divisas generadas en el periodo 2004 - 2015



Nota: Montos en millones de dólares.

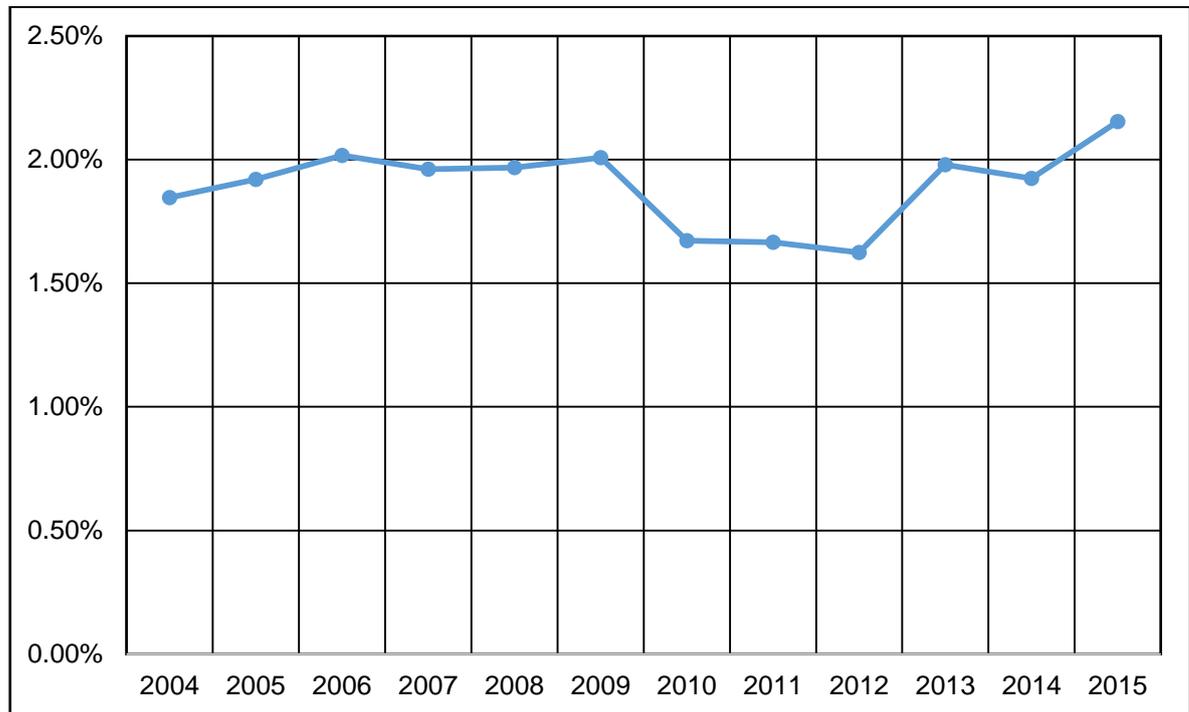
Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s. f.). *Ingreso de divisas por turismo receptivo*.

Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/>

Como se puede apreciar en la figura 3.3, los ingresos generados por turismo receptivo siempre mantuvieron una tendencia ascendente durante el periodo en estudio, a excepción del año 2014, año en el cual se generó una reducción de ingresos por turismo en todo el mundo, principalmente como consecuencia de la crisis económica que se manifestó en ese año.

Figura 3.4

Peso de los ingresos por concepto de turismo receptivo en el PBI



Fuentes: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y Banco Central de Reserva del Perú. *Ingreso de divisas por turismo receptivo y Producto Bruto Interno (nominal)*. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/> y <https://www.bcrp.gob.pe/>

En la Figura 3.4 se aprecia cuánto ha contribuido el turismo receptivo en el PBI peruano entre los años 2004 y 2015. Como se puede observar, en este intervalo de tiempo, el impacto generado por esta actividad en el PBI fue de entre 1.67 y 2.15 puntos porcentuales aproximadamente.

Una vez más, se puede apreciar la relación directa que hay entre los flujos económicos y el turismo. Por ejemplo, se puede apreciar con notoriedad que entre los años 2010 y 2011, se produjo una reducción de los ingresos por turismo en el país, como consecuencia principal de los efectos posteriores al estallido de la crisis financiera del 2008.

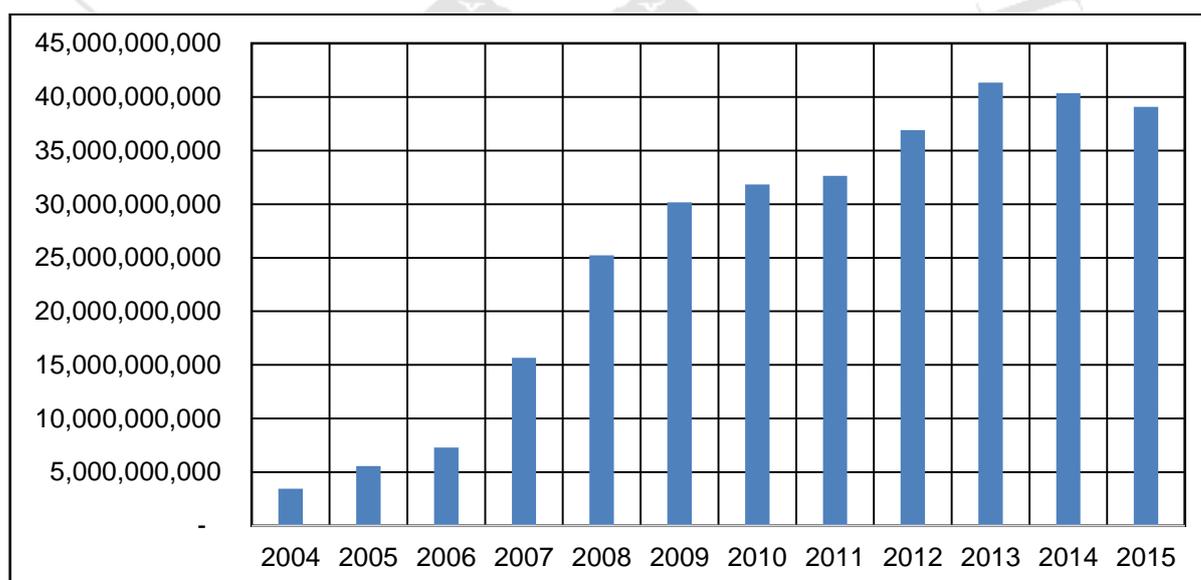
Durante el 2013 y 2014, que fueron años en los que también existieron rezagos de la crisis, pero no tan notables como en un inicio, hay una suerte de altibajos. Estos altibajos se produjeron principalmente por estos rezagos mencionados, pero en Europa.

### c) Inversión en infraestructura pública turística

El estudio de la infraestructura en un sector como el turístico tiene mucha trascendencia y presenta ciertas particularidades. Por ejemplo, el rol que tiene el sector público en la inversión en infraestructura en determinadas áreas turísticas es un elemento determinante para el adecuado desarrollo de estos, y ha sido mencionado en varios estudios al respecto. De acuerdo a las investigaciones de Munnell y Cook (1990), mientras exista más inversión en infraestructura, se logrará un mejor producto, así como también se incrementará la inversión privada y se producirá una mayor oferta de empleo, ya que la inversión pública sirve como apoyo para el despegue de la actividad económica.

Figura 3.5

Montos nominales de inversión en infraestructura pública 2004 - 2015



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s. f.). *Montos nominales en inversión en infraestructura pública*. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/>

En el gráfico 3.5, se muestra la evolución del nivel de inversión en infraestructura turística para el periodo en estudio. Como se puede observar, el comportamiento que tuvo esta variable estuvo acorde al ritmo de la economía nacional, y siempre mantuvo tasas anuales crecientes hasta el año 2014, año en el cual se manifestó un punto de inflexión para la inversión, ya que a partir de este año, se registran descensos en el nivel de inversión. Factores tales como la desaceleración

económica ocurrida en el Perú a partir del año 2013 pueden explicar de forma clara las disminuciones en inversiones en este sector.

### 3.3.2 Comparación de los indicadores turísticos del Perú con el Mundo

#### a) Llegada de turistas del exterior

En las siguientes líneas, se analizará el nivel de homogeneidad del ingreso de turistas que ha tenido el Perú con algunos de los países más importantes de la región, así como también con los 10 primeros países del mundo en cuanto a turismo receptivo se refiere. Para poder hacer un análisis adecuado, se utilizarán los coeficientes de correlación de estos países, de manera que podamos tener una idea más clara al respecto. De esta forma, un bajo nivel de homogeneidad podrá estar explicado tanto por factores positivos o negativos, dependiendo de la situación en la cual se encuentren estos países.

Tabla 3.2

Análisis de correlación Perú - Sudamérica

	Arg	Bol	Bra	Chi	Col	Ecu	Par	Per	Uru	Ven
Arg	<b>1.000</b>	0.925	0.769	0.885	0.663	0.867	0.674	0.908	0.912	0.474
Bol	0.925	<b>1.000</b>	0.902	0.966	0.674	0.982	0.807	0.988	0.922	0.604
Bra	0.769	0.902	<b>1.000</b>	0.845	0.538	0.938	0.782	0.874	0.774	0.649
Chi	0.885	0.966	0.845	<b>1.000</b>	0.790	0.951	0.899	0.981	0.874	0.582
Col	0.663	0.674	0.538	0.790	<b>1.000</b>	0.687	0.686	0.741	0.512	0.526
Ecu	0.867	0.982	0.938	0.951	0.687	<b>1.000</b>	0.828	0.975	0.868	0.610
Par	0.674	0.807	0.782	0.899	0.686	0.828	<b>1.000</b>	0.826	0.685	0.399
Per	0.908	0.988	0.874	0.981	0.741	0.975	0.826	<b>1.000</b>	0.912	0.614
Uru	0.912	0.922	0.774	0.874	0.512	0.868	0.685	0.912	<b>1.000</b>	0.433
Ven	0.474	0.604	0.649	0.582	0.526	0.610	0.399	0.614	0.433	<b>1.000</b>

Fuente: Banco Mundial. (s.f.). *Turismo internacional, número de llegadas*. Recuperado de

<http://bancomundial.org/>

En la tabla 3.2, se aprecia que nuestro país mantiene una relación homogénea con la mayoría de los países de Sudamérica, a excepción de Brasil, Colombia, Paraguay y Venezuela. En este caso, debemos de separar los casos colombiano y brasilero de los casos paraguayo y venezolano, ya que las razones de este nivel de baja homogeneidad se deben a factores distintos.

En el caso colombiano, se puede explicar este fenómeno a partir de factores institucionales, tales como el mejor ornato que ha desarrollado y promovido

Colombia en sus principales ciudades, así como también a un mejor nivel de inversión en infraestructura de transporte, lo que ha coadyuvado a que tengan mejores condiciones para un mayor arribo de turistas. En el caso brasilero, este país cuenta con atractivos turísticos diferentes, tales como los Carnavales de Río, una mejor oferta de playas que lo diferencian de otros países de la región, actividades deportivas que se realizan todos los años, entre otros. Por estos motivos, es que Brasil se mantiene como el primer país en recibir mayor número de turistas en Sudamérica.

Por otro lado, en el caso venezolano, factores tales como los problemas económicos y políticos, así como la creciente inseguridad, han provocado que los turistas miren como objetivo otros países de la región. En el caso paraguayo, no existe una oferta turística que sea competitiva respecto de los otros países, ya que este país recibe básicamente turismo sudamericano, principalmente de Brasil y Argentina. Además, el nivel de infraestructura con el que cuenta no es el adecuado.

Tabla 3.3

Análisis de correlación Perú - Centroamérica y el Caribe

	<b>Cuba</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>Rep. Dom.</b>	<b>México</b>	<b>Panamá</b>	<b>Perú</b>
<b>Cuba</b>	<b>1.000</b>	0.917	0.961	0.914	0.944	0.949
<b>Costa Rica</b>	0.917	<b>1.000</b>	0.939	0.830	0.986	0.978
<b>Rep. Dom.</b>	0.961	0.939	<b>1.000</b>	0.942	0.946	0.953
<b>México</b>	0.914	0.830	0.942	<b>1.000</b>	0.847	0.847
<b>Panamá</b>	0.944	0.986	0.946	0.847	<b>1.000</b>	0.979
<b>Perú</b>	0.949	0.978	0.953	0.847	0.979	<b>1.000</b>

Fuente: Banco Mundial. (s.f.). *Turismo internacional, número de llegadas*. Recuperado de

<http://bancomundial.org/>

En la tabla 3.3, se analiza la posición del Perú respecto de los principales países de Centroamérica y el Caribe. Como se puede observar, mantenemos un nivel homogéneo con la mayoría de países de la tabla, a excepción de México, cuya diferencia estriba en una mayor y mejor promoción turística de sus productos. A su vez, esto se ve reforzado por el gasto en turismo realizado en este país, lo cual permite que tengan una mayor infraestructura y oferta turística disponible en este país, lo cual permite que el flujo de turistas.

Tabla 3.4

Análisis de correlación Perú - principales destinos del Mundo

	Ale	Aus	Chi	Esp	EEUU	Fra	Ita	Méx	Per	RU	Tur
Ale	<b>1.000</b>	0.990	0.812	0.785	0.993	0.913	0.959	0.862	0.992	0.786	0.936
Aus	0.990	<b>1.000</b>	0.767	0.783	0.990	0.898	0.941	0.878	0.991	0.765	0.940
Chi	0.812	0.767	<b>1.000</b>	0.493	0.803	0.795	0.874	0.531	0.803	0.647	0.862
Esp	0.785	0.783	0.493	<b>1.000</b>	0.795	0.847	0.719	0.861	0.738	0.938	0.597
EEUU	0.993	0.990	0.803	0.795	<b>1.000</b>	0.916	0.956	0.880	0.989	0.793	0.930
Fra	0.913	0.898	0.795	0.847	0.916	<b>1.000</b>	0.925	0.736	0.899	0.861	0.841
Ita	0.959	0.941	0.874	0.719	0.956	0.925	<b>1.000</b>	0.787	0.957	0.793	0.940
Méx	0.862	0.878	0.531	0.861	0.880	0.736	0.787	<b>1.000</b>	0.837	0.807	0.754
Per	0.992	0.991	0.803	0.738	0.989	0.899	0.957	0.837	<b>1.000</b>	0.742	0.960
RU	0.786	0.765	0.647	0.938	0.793	0.861	0.793	0.807	0.742	<b>1.000</b>	0.646
Tur	0.936	0.940	0.862	0.597	0.930	0.841	0.940	0.754	0.960	0.646	<b>1.000</b>

Fuente: Banco Mundial. (s.f.). *Turismo internacional, número de llegadas*. Recuperado de

<http://bancomundial.org/>

En la tabla 3.4, se observa la posición del Perú con los 10 países que más turistas registraron en el periodo de estudio. En este caso, la mayoría de estos son de origen europeo; sin embargo, los que más destacan son España, Francia y Reino Unido. Estas diferencias pueden deberse a que el marco institucional que existe para poder entrar a esos países es más flexible respecto de otros, pero esta flexibilidad es básicamente con los ciudadanos europeos. Además, al estar ellos mejor integrados con respecto a otras comunidades en el mundo, les facilita hacer turismo intrarregional.

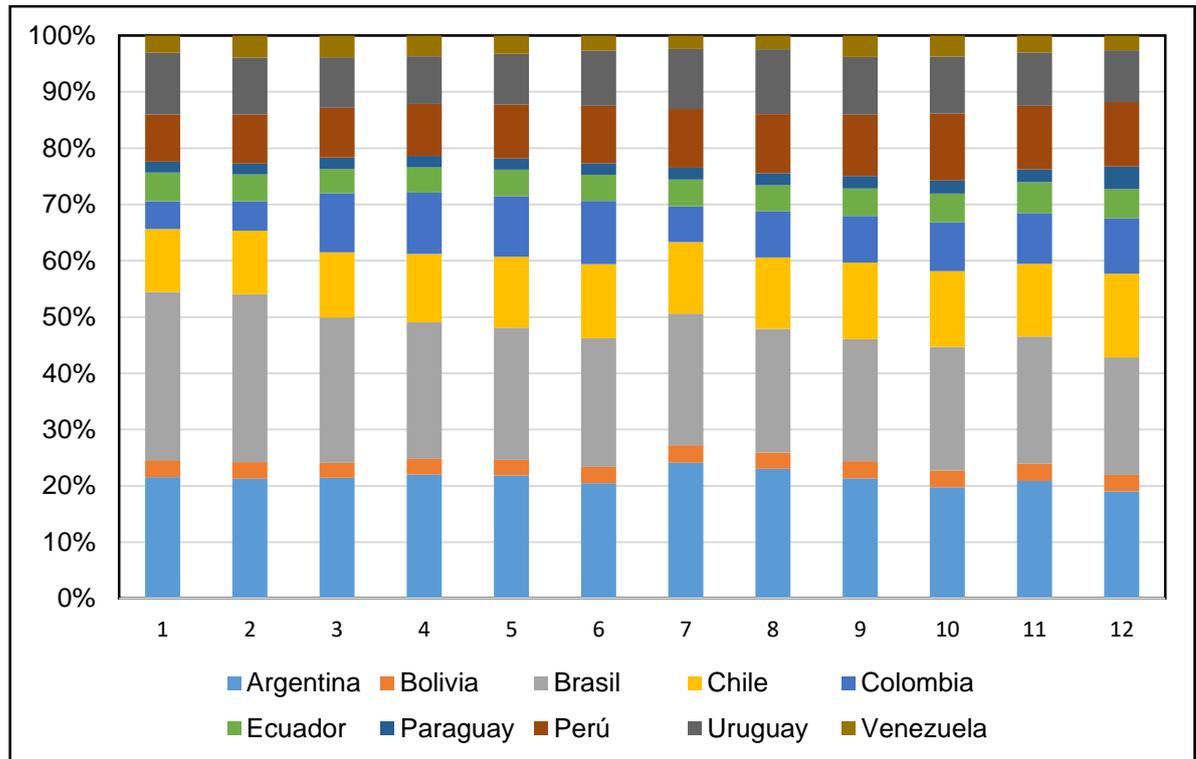
En el caso de China, la distinción principal vendría por la enorme infraestructura y oferta turística con la que cuenta, lo cual permite que este país pueda tener mayores flujos de turistas. Además, la promoción que le dan en el mundo tiene un mayor alcance a nivel global, lo que hace a este país un destino interesante para visitar.

**b) Divisas generadas por turismo receptivo**

A continuación se hará una comparación de los ingresos por turismo generados por Perú frente a los países sudamericanos, ya que con estos se compite directamente por la demanda turística que arriba a nuestra región:

Figura 3.6

Comparación de divisas Perú - Sudamérica



Fuente: Banco Mundial. (s.f.). *Turismo internacional, número de llegadas*. Recuperado de <http://bancomundial.org/>

Analizando la figura 3.6, se aprecia la diferencia que existe entre los montos generados por turismo receptivo en Sudamérica. Como se puede observar, son Brasil, Argentina y Chile los líderes en cuanto a turismo receptivo se refiere. Esto es una consecuencia natural de los ingresos de turistas que han venido recibiendo en el periodo analizado.

En un segundo grupo, se ubican Perú, Colombia y Uruguay, países cuyos ingresos por concepto de turismo receptivo coincide con el promedio de la región, pero algo rezagados respecto del primer grupo. Por consiguiente, estos países deberían de promover su oferta turística, de manera que los ingresos percibidos por esta actividad se incrementen.

Del gráfico se puede observar que Perú, comparando el final del periodo versus el inicio del periodo de estudio, podemos apreciar que el Perú ha desplazado a los demás países en cuanto a ingresos por turismo receptivo, principalmente a

Argentina, Brasil y Venezuela. Otro país con el cual ha competido Perú en ese desplazamiento es Colombia, y en una proporción menor Ecuador y Uruguay.



## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS EMPÍRICO

### 4.1 Revisión de la literatura empírica

Durante varios años, diversos estudiosos han realizado investigaciones que puedan demostrar la importancia que tiene el turismo en el crecimiento económico de los países. En muchos de estos, se ha demostrado de forma empírica la relevancia que tiene el turismo en el crecimiento económico de un país. De acuerdo a Pearce (1991), es esencial establecer la relación entre turismo y crecimiento económico, ya que este sector está creciendo a tasas impresionantes. Por ello, los responsables políticos atribuyen a este cada vez más una mayor importancia.

El turismo es una de las industrias más grandes del mundo y es uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento. Como se había tratado de manera previa en este documento, los impactos socioeconómicos que se generan en la economía nacional o regional son los siguientes: en la balanza de pagos, en el desarrollo regional, en la diversificación de la economía, en el nivel de ingresos y en la generación de empleo.

Una cantidad creciente de literatura ha analizado la relación y causalidad entre el turismo y las tasas de crecimiento económico. Para poder observar el nivel de significancia que ha tenido el turismo receptivo explicando el crecimiento económico, se han revisado los siguientes estudios, los cuales son una comparación de los resultados empíricos previos realizados por diversos estudiosos del tema:

Tabla 4.1

Estudios empíricos previos realizados a un país

Autor(es)	Método	Periodo	País(es)	Relación causal
Balaguer y Cantavella-Jorda (2002)	Modelo de corrección de errores	1975 – 1997	España	Turismo causa crecimiento económico
Durbarry (2004)	Modelo de corrección de errores	1952 – 1999	Mauricio	Bidireccionalidad causal entre turismo y crecimiento

Dritsakis (2004)	Modelo de corrección de errores	1960 – 2000	Grecia	Bidireccionalidad causal entre turismo y crecimiento
Kim et al. (2006)	Prueba de causalidad de Granger	1971 – 2003	Taiwan	Bidireccionalidad causal entre turismo y crecimiento
Narayan (2004)	Modelo de corrección de errores	1970 - 2000	Fiji	Crecimiento económico causa turismo
OH (2005)	Prueba de causalidad de Granger	1975 - 2001	Korea	Crecimiento económico causa turismo
Vanegas et al. (2007)	Prueba de causalidad de Granger	1980 - 2005	Nicaragua	Turismo causa crecimiento económico

En un reciente estudio de crecimiento económico para Grecia, Dritsakis (2004) muestra que el turismo tiene un efecto positivo de largo plazo en la economía. Por otro lado, Balaguer y Cantavella-Jorda (2002), utilizando datos económicos para España, confirmaron que el turismo promueve el crecimiento económico en el largo plazo.

En el caso español, los investigadores determinaron la existencia de una relación estable y de largo plazo entre turismo y crecimiento económico. Después de haber realizado una prueba de causalidad de Granger, los autores determinaron que el turismo impulsó el crecimiento económico español en el periodo de estudio. Sin embargo, los autores no establecieron que el modelo utilizado pudiera ser aplicable para todos los países.

Por otro lado, Dritsakis (2004) utilizó un método similar para estimar el impacto que tuvo el turismo en el crecimiento económico griego. Utilizando una prueba de causalidad de Granger basado en el modelo de corrección de errores, se demostró que existe una relación causal entre ingresos por concepto de turismo receptivo y crecimiento económico, así como también una relación causal entre tipo de cambio real y crecimiento económico. En resumen, su estudio respaldó las hipótesis de que el turismo provoca crecimiento y desarrollo económicos.

Tabla 4.2

Estudios empíricos previos realizados a un grupo de países

<b>Autor (es)</b>	<b>Método</b>	<b>Periodo</b>	<b>País(es)</b>	<b>Relación causal</b>
Martín y Morales (2004)	Mínimos cuadrados generalizados	1980 - 1997	Países latinoamericanos	Turismo causa crecimiento económico (en países de bajos y medianos ingresos, pero no de altos)
Lanza et al. (2003)	Sistema de demanda casi ideal	1977 – 1992	13 países miembros de la OCDE	Turismo causa crecimiento económico
Lee et al. (2002)	Modelo de corrección de errores	1990 - 2002	Países miembros OCDE	Turismo causa crecimiento económico
			Países no miembros OCDE	Bidireccionalidad causal entre turismo y crecimiento

En la tabla 4.2, se presentan algunos estudios realizados a un determinado grupos de países. En este, se puede apreciar que el estudio de Martín y Morales (2004), utilizando un estimador dinámico de datos de panel, evidenció que el creciente número de turistas causó un mayor crecimiento económico en los países de bajos y medianos ingresos de América Latina, pero no contribuyó al crecimiento económico de los países más ricos. Por otro lado, la prueba realizada por Lanza, Templec y Urgad (2003) para un amplio grupo de países no es robusta a la posible existencia de endogeneidad del turismo.

El turismo puede estar correlacionado con el capital humano, características geográficas o culturales, por ejemplo, y puede no ser un determinante independiente del crecimiento. Así, el turismo puede fomentar el crecimiento dentro de los países, exigir una mano de obra calificada o promover la competitividad, pero puede no ser capaz de explicar las diferencias en los patrones de crecimiento entre países que pueden derivarse de otros factores explicativos.

Sin embargo, ¿el crecimiento económico provoca el desarrollo del turismo o el desarrollo turístico conduce al crecimiento económico? Con base en algunas investigaciones previas señaladas en las tablas anteriores, se pueden encontrar tres resultados empíricos diferentes: la causalidad bidireccional entre el turismo y el crecimiento económico y la causalidad unidireccional con el crecimiento impulsado por el turismo o las hipótesis de crecimiento económico impulsadas por el turismo. En cuanto a las implicaciones políticas, si existe una causalidad unidireccional clara del desarrollo turístico al desarrollo económico, entonces el avance más práctico es el avance en el crecimiento del turismo (crecimiento económico impulsado por el turismo). Si el resultado muestra la dirección opuesta a la causalidad, entonces todo esfuerzo debe hacerse para el crecimiento económico global ya que, a su vez, dará lugar a la expansión de la industria del turismo. Si no hay una relación causal entre el crecimiento del turismo y el desarrollo económico, entonces no hay efecto de retroalimentación entre sí. Finalmente, si la relación es bidireccional, y el turismo y el crecimiento económico tienen una relación causal recíproca, entonces un empuje en ambas áreas beneficiará a ambos.

El turismo se ha convertido en un importante sector, sobre todo para los países en vías de desarrollo, debido a los efectos que tiene esta actividad en la balanza de pagos, en el empleo y en los ingresos, pero sobre todo en los efectos positivos que genera en la creación de nueva infraestructura, el cual se vuelve en un dinamizador de la economía. Son por estos motivos que el turismo es considerado una fuente importante de crecimiento económico, y los gobiernos suelen invertir grandes cantidades de dinero en infraestructura para redoblar la actividad turística, sobre todo después de 1990, como consecuencia directa de la globalización.

## **4.2 Especificación del modelo**

### **4.2.1 Variables consideradas en la modelación econométrica**

#### **a) Variables utilizadas**

Para la presente investigación, y basándonos en la literatura previamente mencionada, se han considerado a las siguientes variables para la realización de toda la contrastación empírica:

### **Variable dependiente**

El Producto Bruto Interno Real (valuado a precios del 2007) se ha seleccionado como la variable dependiente. Al ser este el indicador más importante de crecimiento económico, nos va a ayudar a estimar cuantitativamente el impacto que tiene el turismo receptivo en la economía nacional. Esta variable se va a encontrar definida en miles de millones de soles.

### **Variables independientes**

#### ***Número de turistas***

Son los turistas internacionales que proceden del exterior (visitantes de un día para otro) por un periodo no mayor a doce meses. Estos turistas son aquellos que han realizado un registro de ingreso en las diferentes oficinas de inmigración del país.

#### ***Divisas generadas por turismo receptivo***

Son el gasto generado por los turistas internacionales en el país de destino.

Debido a que los datos se encontraban a precios corrientes, se optó por usar una fórmula que nos permita obtener las divisas a precios constantes, de manera que se puedan homogenizar los precios. Asimismo, los datos se encontraban en dólares, por lo que también se convirtieron los datos a soles.

La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\frac{\text{divisas corrientes}_t * \text{tipo de cambio nominal}_t}{\text{deflactor implícito del PBI}_t}$$

de esta forma, se obtiene valores de naturaleza semejante al utilizado en la definición de PBI que será utilizado en el documento.

#### ***Tipo de cambio real***

El tipo de cambio real es el precio relativo de los bienes entre distintos países. Suele definirse como la relación de poder de compra de una divisa por otra.

Al tener dos tipos de cambio real, tipo de cambio real bilateral y tipo de cambio real multilateral, se optó por utilizar el primero, ya que este mide el precio (en soles) contra una sola divisa (el dólar).

Tabla 4.3

VARIABLES A UTILIZAR EN LA MODELACIÓN

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	UNIDADES	FUENTE
Dependiente	Producto bruto interno real	Miles de millones de soles	Banco Central de Reserva del Perú
Independiente	Número de turistas	Número de personas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Independiente	Divisas generadas por turismo	Millones de soles	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Independiente	Tipo de cambio real	Miles de millones de soles	Banco Central de Reserva del Perú

#### 4.2.2 Metodología de estimación

El modelo a estimar es el siguiente:

$$\log PBIR_{t} = C + \beta_1 \log TUR_t + \beta_2 \log DIV_t + \beta_3 \log TCR_t + \mu_t$$

Como se observa en la ecuación, se utilizan logaritmos para cada una de las variables seleccionadas, ya que así los coeficientes estimados se podrán explicar directamente como elasticidades, de manera que se puedan interpretar como variaciones a las tasas de crecimiento.

Por otro lado, cabe mencionar que la esencia de este modelo es de series de tiempo. Asimismo, la data de las variables disponibles se trabajarán por trimestres y no por años, de manera que tengamos un periodo de 48 series en lugar de 12, haciendo más valioso el análisis de esta investigación.

### 4.3 Pruebas de estimación

#### a) Análisis de correlación

Tabla 4.4

Análisis de correlación

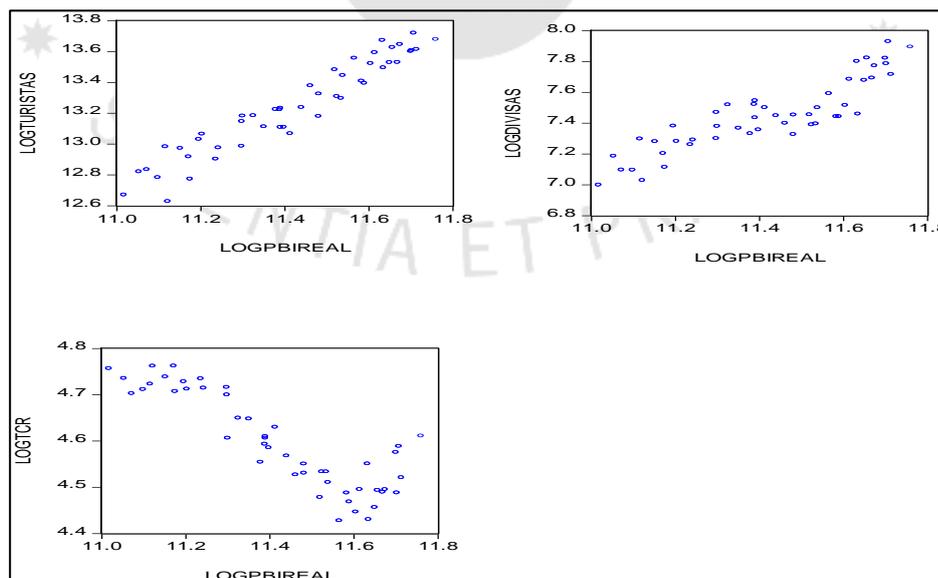
Variables	LogPBireal	LogTuristas	LogDivisas	LogTCR
LogPBireal	1.000000	0.957595	0.886628	-0.866683
LogTuristas	0.957595	1.000000	0.924876	-0.847471
LogDivisas	0.886628	0.924876	1.000000	-0.646081
LogTCR	-0.866683	-0.847471	-0.646081	1.000000

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

Realizando la prueba de correlación, observamos que existe una alta correlación entre el PBI y las demás variables, siendo positivas la correlación entre turistas y divisas, y negativa para el tipo de cambio real. En el caso de turistas, hay una alta correlación negativa con el tipo de cambio real. Estos resultados están reforzados por el diagrama de dispersión que se muestra en la figura 4.1. En este, se puede apreciar la relación positiva que existe entre el PBI y turistas y divisas, así como la negativa entre PBI y tipo de cambio real.

Figura 4.1

Gráficos de dispersión



Nota: Gráfico elaborado con el apoyo del programa Eviews.

Si bien estos gráficos nos sugieren la existencia de relaciones en determinadas direcciones, no nos indica nada del proceso subyacente sobre las cuales las variables son generadas; vale decir, lo único que estamos combinando son las diferentes tendencias temporales de las variables, esto es, puede muy bien no existir relación alguna entre ellas. Esto se tratará de solucionar con un análisis más detallado de las series temporales. Este análisis incluirá las pruebas de raíces unitarias, cointegración y causalidad.

### b) Regresión inicial

En una primera regresión, podemos observar que existe un impacto positivo de las variables turistas y divisas sobre el PBI, y un impacto negativo del tipo de cambio real. Esto refuerza lo encontrado en la sección anterior. Cabe recordar que las variables están medidas en logaritmos, por lo que los coeficientes estimados pueden interpretarse como elasticidades

Tabla 4.5

#### Regresión inicial

Variable	Coefficiente	Error estándar	Estadístico-t	Probabilidad
C	9.533601	1.884476	5.059020	0.0000
LOG(Turistas)	0.218149	0.137682	1.584438	0.1203
LOG(Divisas)	0.335714	0.125591	2.673085	0.0105
LOG(TCR)	-0.762155	0.198217	-3.845057	0.0004
R-Cuadrado	0.937871	Media variable dependiente		11.42133
R-Cuadrado (aj.)	0.933635	Desv. estándar. var. dependiente		0.211268
Desv. estándar. reg.	0.054426	Criterio de Akaike		-2.904303
Suma residuos cuadrados	0.130335	Criterio de Schwarz		-2.748369
Log likelihood	73.70327	Criterio de Hannan-Quinn		-2.845375
Estadístico-F	221.3998	Estadístico Durbin-Watson		2.877782
Prob (F)	0.000000			

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

Sin embargo, solo son significativos, individualmente, divisas y tipo de cambio de real. La variable turistas no es significativa. Esto puede deberse a la colinealidad existente entre turistas y divisas.

Tabla 4.6

Factor de inflación de varianza

Variable	Coefficiente varianza	VIF no estandarizado	VIF estandarizado
C	3.551250	57545.75	NA
LOG(Turistas)	0.018956	53922.19	26.74842
LOG(Divisas)	0.015773	14205.99	12.93815
LOG(TCR)	0.039290	13460.39	6.639297

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

En efecto, la tabla anterior muestra el factor de inflación de varianza. Este nos indica un puntaje de 26 y 12 para turistas y divisas respectivamente. Esto es un indicador de alta colinealidad entre estos regresores. La econometría no provee una forma fiable de solucionar el problema de la colinealidad de los regresores.

Como se comentó anteriormente, en esta regresión inicial, estamos combinando series temporales con distintas tendencias seculares, produciendo una regresión con un buen ajuste, manifestado en el  $R^2(0.93)$ . Esto sugeriría que es un modelo adecuado; sin embargo, puede generarse lo que se denomina *regresión espuria*. Intuitivamente, una regresión espuria sugiere la existencia de una relación cuando puede no existir un proceso subyacente que las relacione. Esto se genera por la combinación de tendencias.

Sabemos que los problemas de estacionariedad son particularmente perjudiciales para la estimación de MCO, por lo que en adelante se realizará un análisis de cointegración para lo cual primero evaluaremos la existencia de raíces unitarias, lo cual es indispensable para el adecuado desarrollo de la presente investigación.

### c) Pruebas de raíz unitaria y de cointegración

Existen varias pruebas que contrastan la existencia de raíces unitarias; sin embargo, para este estudio, se aplicarán las pruebas de Dickey-Fuller Aumentado (ADF), de Phillip-Perron y la de Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS).

El motivo de esto es que las hipótesis nulas que presentan las dos primeras pruebas se enfocan en que el proceso es integrado de primer orden I(1), y se rechazan estas en caso de que exista una evidencia contundente en su contra. Por otro lado, en la prueba KPSS, la hipótesis nula maneja a la estacionariedad como su hipótesis nula, lo cual es un buen complemento para las pruebas ADF y de Phillip-Perron, los cuales tienen a la estacionariedad en contra cuando existen procesos cercanos a raíces unitarias. Así, mientras un proceso que es estacionario rechaza a la hipótesis nula en los casos de las pruebas de ADF y Phillips-Perron, en la prueba KPSS no se rechaza.

Las tablas siguientes muestran las pruebas de raíces unitarias realizadas para las variables en niveles (logaritmos) y su primera diferencia:

Tabla 4.7

Prueba de raíces unitarias: en niveles

<b>Variable</b>	<b>PBI Real</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-2.485652	-1.359737	2.752651
Phillips-Perron	-1.130932	-7.120448***	7.429595
KPSS	0.902867***	0.291353***	
<b>Variable</b>	<b>Turistas</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-1.778457	-2.594439	6.105247
Phillips-Perron	-1.345934	-7.733678***	5.705618
KPSS	0.907199***	0.146546**	
<b>Variable</b>	<b>Divisas</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-0.022961	-2.267376	1.108154
Phillips-Perron	-1.012077	-3.501307*	3.05140
KPSS	0.826870***	0.123968*	
<b>Variable</b>	<b>Tipo de cambio real</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-1.783591	-0.588645	-0.606862
Phillips-Perron	-1.562322	0.2990451	-0.873907
KPSS	0.733599**	0.162660**	

Nota: \*\*\*, \*\*, \* indican significancia al 1%, 5% y 10%. Tabla elaborada con el apoyo del programa Eviews.

Tabla 4.8

Prueba de raíces unitarias: en primera diferencia

<b>Variable</b>	<b>PBI Real</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-3.125694**	-4.566160***	-1.214874
Phillips-Perron	-33.89315***	-34.37690***	-13.47472***
KPSS	0.316349	0.242941***	
<b>Variable</b>	<b>Turistas</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-9.066041***	-9.317357***	-1.930009*
Phillips-Perron	-29.14664***	-44.22506***	-13.46182***
KPSS	0.311553	0.179578**	
<b>Variable</b>	<b>Divisas</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-1.798686	-1.837185	-1.450924
Phillips-Perron	-17.86710***	-17.66070***	-8.827911***
KPSS	0.311553	0.179578**	
<b>Variable</b>	<b>Tipo de cambio real</b>		
Prueba	Constante	Tendencia y constante	Ninguno
ADF	-4.025067***	-4.338607***	-4.017326***
Phillips-Perron	-3.843788***	-4.202753***	-3.850918***
KPSS	0.430256*	0.138054*	

Nota: \*\*\*, \*\*, \* indican significancia al 1%, 5% y 10%. Tabla elaborada con el apoyo del programa Eviews.

Los resultados mostrados en las tablas anteriores nos indican que las variables en niveles presentan raíz unitaria, mientras que sus primeras diferencias nos indican que las variables son estacionarias ya que rechaza, en la mayoría de los casos, la hipótesis nula (ADF y PP), mientras que para la pruebas KPSS, las variables en primeras diferencias no rechazan la hipótesis de estacionariedad. Esto nos indica que las variables son integradas de orden uno, esto es, son I(1). Sin embargo, las pruebas de este tipo son particularmente sensibles a la existencia de quiebres estructurales. Es por esta razón que, adicionalmente, realizaremos la prueba de Zivot y Andrews sobre la variable divisas.

Los resultados de esta prueba están resumidos en la siguiente tabla:

Tabla 4.9

Prueba de Zivot-Andrews

	<b>Estadístico-t</b>	<b>Probabilidad</b>
Estadístico Zivot-Andrews	- 4.322074	0.005797
Valor Crítico al 1%	- 5.57	
Valor Crítico al 5%	- 5.08	
Valor Crítico al 10%	- 4.82	

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

En esta prueba, no se rechaza la hipótesis nula de no estacionariedad y quiebre estructural, reforzando lo encontrado en las tablas anteriores. Por lo que en adelante se asumirá que las variables son I(1). Comprobado esto, ahora analizaremos la existencia de una relación de largo plazo entre estas variables, esto es un análisis de cointegración.

En la siguiente tabla, se muestran los resultados de la prueba de Johansen. Cabe señalar, que esta prueba nos contrasta la existencia de un vector de cointegración multivariado en donde se toma en cuenta la múltiple dinámica que existe entre las variables

Tabla 4.10

Prueba de cointegración multivariada de Johansen

Supuesto sobre la Tendencia		No hay Tendencia Determinística		
Series		LogPBIRReal, LogTuristas, LogDivisas, LogTCR		
<b>Test de Traza</b>				
H. no. coint.	Valor propio	Estad. Traza	Valor crítico	Probabilidad
Ninguna	0.544002	53.29765	47.85613	0.0141
A lo más 1	0.283931	17.96063	29.79707	0.5690
A lo más 2	0.062811	2.931613	15.49471	0.9699
<b>Test de Máximo Valor Característico</b>				
H. no. coint.	Valor propio	Estad. MVC	Valor crítico	Probabilidad
Ninguna	0.544002	35.33702	27.58434	0.0041
A lo más 1	0.283931	15.02902	21.13162	0.2869
A lo más 2	0.062811	2.919146	14.26460	0.9520

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

La prueba realizada nos indica que existe a lo más un vector de cointegración entre las variables. En efecto, en la prueba anterior, los estadísticos de la traza y del máximo valor característico rechazan la hipótesis nula de cero vectores de cointegración, y no puede rechazar la hipótesis de a lo más un vector de cointegración.

Una vez teniendo este resultado, estimamos el modelo de corrección de errores (ver anexo 2).

Una primera inspección de la ecuación de cointegración nos indica los signos esperados para nuestros resultados; es decir, existe una relación positiva entre turistas y divisas con el PBI, y negativa con el tipo de cambio real. Sin embargo, hay que ser cuidadoso cuando se analiza la significancia individual, puesto que el estadístico t no es el adecuado. Para este efecto, realizaremos la prueba de Wald:

Tabla 4.11

Prueba de Wald

<b>LOG(Turistas)</b>	
Chi – Cuadrado	15.07342
Probabilidad	0.000103
<b>LOG(Divisas)</b>	
Chi – Cuadrado	0.140044
Probabilidad	0.708237
<b>LOG(TCR)</b>	
Chi – Cuadrado	2.520191
Probabilidad	0.112397

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

La prueba de Wald realizada sobre los coeficientes del vector de cointegración nos indica que solo la variable turistas es significativa.

**d) Prueba de causalidad de Granger**

Esta prueba nos va a permitir comprobar si los resultados de una variable pueden predecir a otra variable, o si tiene un carácter unidireccional o bidireccional. En la tabla 4.12 se muestran los resultados obtenidos:

Tabla 4.12

Prueba de causalidad de Granger

Excluded	Chi - Cuadrado	df	Probabilidad
<b>Variable Dependiente</b>	<b>LOG(PBI Real)</b>		
LOG(Turistas)	3.781501	2	0.1510
LOG(Divisas)	4.925583	2	0.0852
LOG(TCR)	0.330318	2	0.8478
<b>Variable Dependiente</b>	<b>LOG(Turistas)</b>		
LOG(PBIReal)	9.990305	2	0.0068
LOG(Divisas)	4.918643	2	0.0855
LOG(TCR)	1.260024	2	0.5326
<b>Variable Dependiente</b>	<b>LOG(Divisas)</b>		
LOG(PBIReal)	4.101335	2	0.1286
LOG(Turistas)	14.58889	2	0.0007
LOG(TCR)	5.674648	2	0.0586
<b>Variable Dependiente</b>	<b>LOG(TCR)</b>		
LOG(PBIReal)	0.660686	2	0.7187
LOG(Turistas)	4.742122	2	0.0934
LOG(Divisas)	3.189609	2	0.2029

Nota: Tabla elaborada con apoyo del programa Eviews.

Los resultados obtenidos a partir de la prueba de Causalidad de Granger, realizada sobre el modelo de corrección de errores, nos indican que existe una causalidad (en tasas de crecimiento) de la siguiente manera:

- La variable divisas causa a la variable PBI Real al 10%.
- Las variables PBI real y divisas causan a la variable turistas al 1% y al 10%, respectivamente.
- Individualmente, solo la variable turistas causa a la variable divisas al 1%.
- Individualmente, solo la variable turistas causa a la variable tipo de cambio real al 10%.

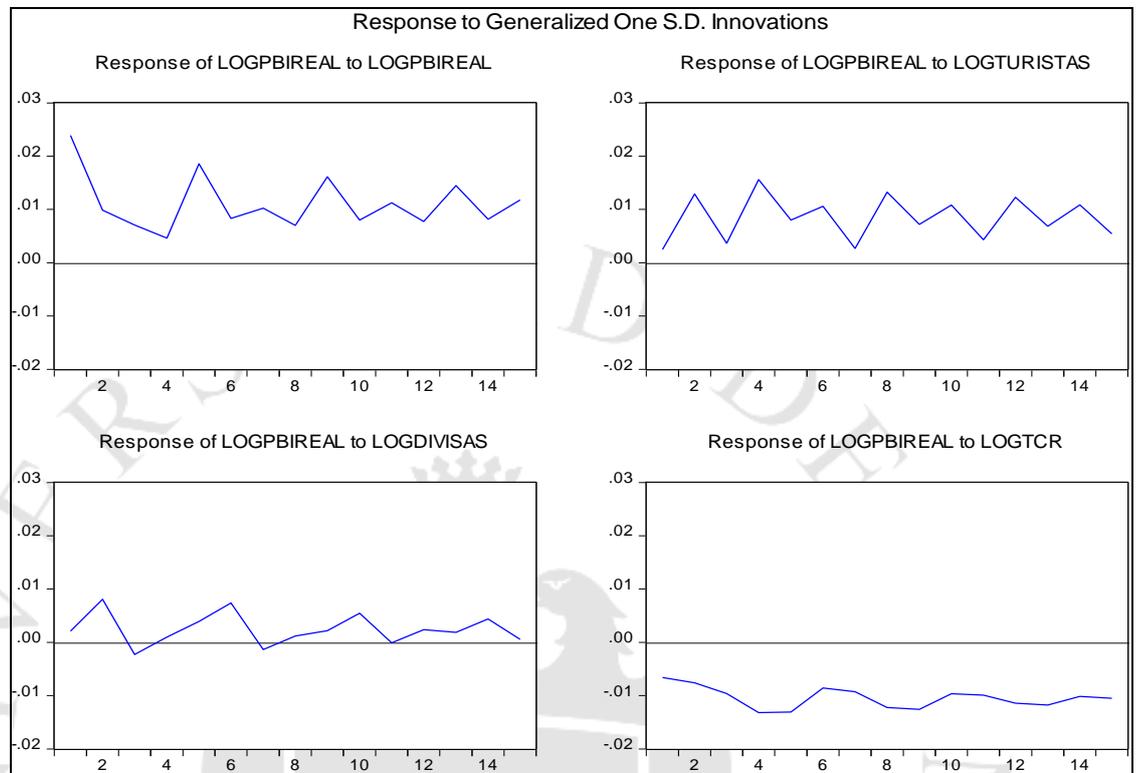
**e) Función de impulso - respuesta**

La función de impulso-respuesta nos permitirá conocer la reacción o respuesta de las variables explicadas en el sistema ante cambios en los errores. De esta manera, un cambio (o shock) en una variable afectará de forma directa a sí misma y al resto de variables por medio de la estructura dinámica del modelo VAR.

Por lo previamente mencionado, este gráfico nos proporciona la evolución en el tiempo del logaritmo del PBI Real a los cambios en las demás variables estudiadas.

Figura 4.2

Gráficos de impulso-respuesta



Nota: Gráfico elaborado con el apoyo del programa Eviews.

A partir de los gráficos obtenidos, se aprecia lo siguiente:

- Existe una respuesta positiva del logaritmo del PBI Real a sí mismo. Esto puede interpretarse como un choque de productividad positivo, políticas monetarias o fiscales expansivas en el corto plazo, etc.
- Existe una respuesta positiva del logaritmo del PBI Real a una variación de una desviación estándar del logaritmo de turistas.
- Dado que una limitación del software utilizado es que no calcula la banda de confianza cuando se trata de un modelo de corrección de errores, no podemos inferir que la respuesta del logaritmo del PBI Real al logaritmo de divisas sea significativa, toda vez que el cero está dentro del margen de la función de impulso-respuesta para esta variable.
- Existe una respuesta negativa del logaritmo del PBI Real al logaritmo del tipo de cambio real al cambio en una desviación estándar. Esto suele conocerse en la literatura económica como una depreciación contractiva.

## CONCLUSIONES

- En la actualidad, el turismo se ha convertido en una fuente de ingresos de vital importancia para muchos países, principalmente para aquellos que son de tamaño pequeño y no tienen otras fuentes de generación de riqueza. Por otro lado, el turismo también ha coadyuvado a lograr un desarrollo importante en países más desarrollados, y este sector aporta un aproximado de entre 3 a 6 por ciento de su PBI, lo cual es una cifra muy importante.
- En el caso peruano, el turismo receptivo no representa una proporción importante en su PBI. Sin embargo, durante el periodo de estudio, el ingreso de turistas ha mantenido una tendencia creciente año tras año, lo que va a coadyuvar a que el turismo receptivo tenga una participación más importante en la economía nacional.
- De acuerdo a los resultados obtenidos, encontramos que en general el turismo receptivo ha tenido un impacto positivo sobre el PBI Real, encontrando que las elasticidades respecto de las variables número de turistas y divisas generadas son 0.62 y 0.03. Esto indica que por cada 1% de variación, el PBI se incrementa en 0.62% y 0.03% respectivamente.
- Respecto a la hipótesis planteada sobre el efecto precio del tipo de cambio real sobre el turismo receptivo, podemos concluir que existe un efecto negativo sobre turistas y positivo sobre divisas. En el caso del número de turistas, podemos apreciar que el choque tiene un mayor tiempo de maduración; esto es, hay cierto rezago en tener un impacto sobre la variable turistas. Por otro lado, en el caso de divisas, este impacto es más notorio, pero se diluye rápidamente.
- A partir de los resultados, se encontró evidencia de una depreciación contractiva, lo cual puede deberse a la omisión de ciertas variables. Esto podría suponer una limitación en el estudio, ya que el interés principal de esta investigación es el impacto del turismo receptivo sobre la economía.

## RECOMENDACIONES

A continuación detallaremos las recomendaciones:

- A partir de los resultados obtenidos en este estudio, y dado el impacto positivo que tienen las variables estudiadas sobre la economía, se cree necesario fomentar la venida de visitantes extranjeros al país, desarrollando políticas que apoyen al sector. Por ejemplo, se podría ofrecer grandes ventajas operativas y tributarias de inversión en infraestructura, tanto privada como pública.
- De acuerdo la experiencia internacional, así como también de los resultados obtenidos en la investigación, se considera beneficioso la creación de un ministerio dedicado íntegramente a la estimulación de políticas para el desarrollo del turismo. De esta manera, se podría emular casos exitosos como lo es el mexicano, país en el cual existe una secretaría de turismo dedicada a promover el sector.
- Como ya se mencionó de forma previa, la creación de una institución que apoye exclusivamente al sector es fundamental para la adecuada promoción del sector. Por ejemplo, los inversionistas hoteleros siempre manifiestan su disconformidad con el Gobierno, ya que este no les brinda el apoyo necesario. Evidentemente, esto perjudica el desarrollo del sector en el corto, mediano y largo plazos.
- Se deberían coordinar políticas económicas con el Banco Central, de manera que se pueda atenuar variaciones fuertes, tanto en los precios como en el tipo de cambio nominal, ya que esto puede tener un impacto negativo en el ingreso de turistas en el corto plazo.

## REFERENCIAS

- Aghion, P. y Howit, P. (1992). A model of growth through creative destruction. *Econometrica*, 60(2), 323-351.
- Arcoraci, L. (2009). *Economía y Políticas Turísticas* (carreras de turismo y hotelería, Universidad Tecnológica Nacional, Argentina).
- Badger, A. (1994). *The need for fair trade principles in developing sustainable tourism*. Ponencia presentada en Seminar on GATS implications for tourism. Milán.
- Balaguer, L. y Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Banco Mundial. (1972). *Turismo*. Documento de trabajo sobre el sector. Washington DC.
- Barberá, R. y Doncel, L. (2003). *La Moderna Economía del Crecimiento*. Madrid: Síntesis.
- Barro, R. y Sala-i-Martin, X. (2004). *Economic Growth* (2.<sup>a</sup> ed.). Cambridge: The MIT Press.
- Cooper, Ch., Fletcher, D. Gilbert, y S. Wanhill. (1998). *Tourism. Principles and Practice*. Londres: Longman.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Durbarry, R. (2002). The economic contribution of tourism in Mauritius, *Annals of Tourism Research* 29(3), 862-865.
- Engle, R. F. y Granger, C. W. J. (1987). Cointegration and error correction: Representation, estimation and testing. *Econometrica*, (50), 987-1007.
- Figuerola, M. (1985). *Teoría económica del turismo*. Madrid: Difusora Larousse-Alianza Editorial.
- Huéscar, A. (1993). Nuevo marco conceptual del turismo. *Estudios Turísticos*, (117), 23-48.
- Hunziker, W. y Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeine Fremdemverkehrslehre*. Zurich: Poligraphischer Verlag.
- Jenkins, C. L. (1994). *Estrategias de desarrollo*. México: Editorial Diana.
- Jones, L. y Manuelli, R. (1990). *A convex model of equilibrium growth*. Cambridge: Mass.

- Kim, Hyun Jeong-Ming-Hsiang Chen y SooCheong Jang. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27, 925-933.
- Lanquar, R. (1991). *La economía del turismo*. Barcelona: Okios-Tau.
- Lanza, A., Templec, P. y Urgad, G. (2003). The implications of tourism specialization in the long-run: An econometric analysis for 13 OECD economies. *Tourism Management*, 24, 315-321.
- Leatherman, J. C. y Marcouiller, D. W. (1997). Estimating tourism's share of local income from secondary data sources. *The Review of Regional Studies*, 317-339.
- Lucas, R. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of monetary economics*, (22), 3-42.
- Mahadeva, L. y Robinson, P. (2004). Unit Root test to help model building. *Bank of England*, (22), 10-28.
- Martin, J., Morales, N. M. y Scarpa, R. (2003). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. *The international conference on "Tourism & Sustainable Economic Development – Macro and Micro Economic Issues" held in Sardinia, Italy*.
- Munnell, A.H. y Cook L.M. (1990). How does public infrastructure affect regional economic performance? *New England Review*, (1) 12-33.
- Muñoz de Escalona, F. (1989). Economía de la producción turística. Hacia un enfoque alternativo. *Estudios Turísticos*, (101), 3-23.
- Muñoz de Escalona, F. (1990). Turoperadores y producción de turismo. *Estudios Turísticos*, (108), 91-121.
- Muñoz de Escalona, F. (1992). *Crítica de la economía turística. Enfoque de oferta versus enfoque de demanda* (tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España).
- Muñoz de Escalona, F. (1996). El análisis económico del turismo. *Estudios Turísticos*, (130), 51-69.
- Narayan, P. K. (2004). Economic impact of tourism on Fiji's economy: Empirical evidence from the computable general equilibrium model. *Tourism Economics*, 10, 419-433.
- Naciones Unidas. (1963). *Conferencia sobre El turismo y los viajes internacionales*. Roma.
- Naciones Unidas. (1993). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo y la clasificación internacional uniforme de actividades turísticas (CIUAT)*. Nueva York.

- Oh, Chi-Ok. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26, 39-44.
- Organización Nacional para la Información Turística. (1985). *National Task Force on Tourism Data*. Ottawa.
- Organización Mundial del Turismo. (1980). *Declaración de Manila sobre el turismo mundial*. Manila.
- Patton, S.G. (1985). Tourism and local economic development: factor outlets and the reading SMSA. *Growth and Change* 16(3), 64-73.
- Pearce, D.W. (1991). *Tourist Development*. Nueva York: Longman.
- Pedrero Muñoz, A. (1996). *Relaciones intersectoriales de las actividades turísticas*. España: Economistas Libros.
- Picornell, C. (1993). Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*, (11), 67-91.
- Pulido Fernández, J. I. (2012). *Política económica del turismo*. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Pulido San Román, A. (1966). *Introducción a un análisis econométrico del turismo*. Madrid: Instituto de estudios turísticos.
- Romer, P. (1986). Increasing Returns and Long Run Growth. *Journal of Political Economy*, (94), 1002-37.
- Romer, P. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, (98), 71-102.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: UNWTO.
- Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics* 70(1), 65 – 94.
- Solow, R. (2000). *Growth theory: an exposition* (2.<sup>a</sup> ed.). Oxford: Oxford University press.
- Swan, T.W. (1956). Economic Growth and Capital Accumulation. *Economic Record* 32(63), 334 – 361.
- Theobald, E. (1994). *Global Tourism: The next decade*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tinard, Y. (1996). *Turismo: Economía y Gestión*. Barcelona: Bosch.
- Troisi, M. (1940). *Teoria económica del turismo e della rendita turistica*. Roma: Aracne.
- Uzawa, H. (1965). Optimum Technical change in an aggregative model of economic growth. *International Economic Review*, (6), 18-31.

Venegas, M. y Croes, R. (2007). Tourism, Economic Expansion and Poverty in Nicaragua: Investigating Cointegration and Casual Relations. *Staff Paper*, 07-10.

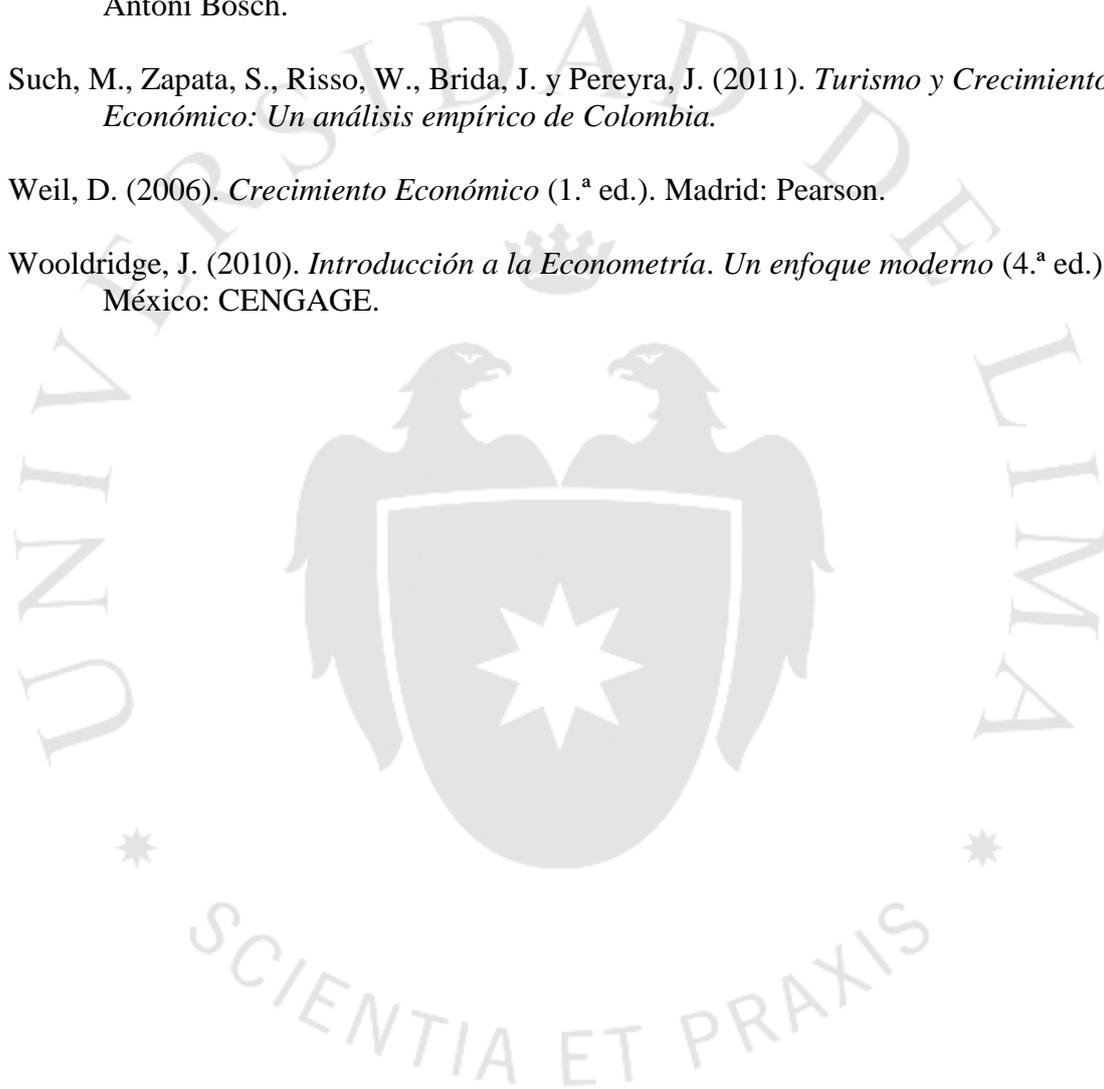
Vogeler Ruiz, C. y E. Hernández Armand. (2000). *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. España: Ramón Areces.



## BIBLIOGRAFÍA

- Akan, Y., Arslan, I. y Is k, C. (2007). *The Impact of Tourism on Economic Growth: The Case of Turkey*.
- Akturk, T. y Kucukozmen, C. (2005). *Tourism Demand for Turkey: Models, Analysis and Results*.
- Botti, L., Peupoch, N., Randriamboarison, R. y Solonandrasana, B. (2006). *An Econometric Model of Tourism in France*.
- Brida, J., Lanzilotta, B. y Risso, A. (2008). *Turismo y Crecimiento Económico: el caso de Uruguay*.
- Brida, J., Lanzilotta, B., Pereyra, J. y Pizzolon, F. (2012). *El Turismo como factor del Crecimiento Económico: un estudio comparativo de los países del MERCOSUR*.
- Brida, J., Pereyra, J., Such, M. y Pulina, M. (2001). *Causality between tourism and long-term economic growth: a critical review of the econometric literature*.
- Dritsakis, N. y Athanasiadis, S. (1995). *An Econometric Model of Tourist Demand: The Case of Greece*.
- Faraldo, J. M. (2014). *Introducción a la Historia del Turismo*. Madrid: Difusora Larousse - Alianza Editorial.
- Fayissa, B., Nsiah, C. y Tadasse, B. (2007). *The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa*.
- Figini, P. & Vici, L. (2009). *Tourism and Growth in a Cross-Section of Countries*.
- Fuller, N. (2009). *Turismo y Cultura: entre el entusiasmo y el recelo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ghali, M. (2013). *Tourism and Economic Growth: An Empirical Study*.
- González, P. y Moral, P. (1995). *An Analysis of the International Tourism Demand in Spain*.
- Gujarati, D. y Porter, D. (2010). *Econometría* (5.<sup>a</sup> ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Jafari, A., Sadegui, S. y Sadegui, S. (2001). *Tourism and Economic Growth in Developing Countries: P-VAR approach*.
- Mochón, F. (2008). *Economía y turismo* (2.<sup>a</sup> ed.). Madrid: McGraw-Hill.

- Porto, N. (1998). *El Turismo como alternativa de Crecimiento* (tesis de maestría, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina). Recuperado de <http://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/maestria/tesis/004-tesis-porto.pdf>
- Porto, N. (2004). *Economía del Turismo. Un enfoque desde la Teoría del Comercio Internacional* (tesis doctoral, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina). Recuperado de <http://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/doctorado/tesis/tesis-porto.pdf>
- Sala-i-Martin, X. (2000). *Apuntes de crecimiento económico*. (2.ª ed.). Barcelona: Antoni Bosch.
- Such, M., Zapata, S., Risso, W., Brida, J. y Pereyra, J. (2011). *Turismo y Crecimiento Económico: Un análisis empírico de Colombia*.
- Weil, D. (2006). *Crecimiento Económico* (1.ª ed.). Madrid: Pearson.
- Wooldridge, J. (2010). *Introducción a la Econometría. Un enfoque moderno* (4.ª ed.). México: CENGAGE.





## ANEXO 1: Tabla de datos

<b>Trimestre</b>	<b>PBI Real</b>	<b>Turistas</b>	<b>Divisas</b>	<b>Tipo de cambio real</b>
2004 – 1	60,913.82	318,338	1,096.44	116.3614131
2004 – 2	67,639.71	305,198	1,128.99	116.981474
2004 – 3	63,145.75	370,170	1,321.29	113.9139159
2004 – 4	66,070.50	356,253	1,207.73	111.2349987
2005 – 1	64,340.89	375,116	1,208.43	110.2354514
2005 – 2	71,310.37	352,731	1,229.86	110.7582083
2005 – 3	67,229.83	435,000	1,478.27	112.5101135
2005 – 4	71,090.07	407,719	1,345.06	117.0240436
2006 – 1	69,670.76	430,508	1,452.51	114.2980505
2006 – 2	75,823.94	401,532	1,424.00	113.8419906
2006 – 3	72,806.27	456,378	1,606.43	113.1282858
2006 – 4	76,296.86	432,328	1,467.75	111.5476334
2007 – 1	73,353.82	472,276	1,454.40	111.3121512
2007 – 2	80,625.63	436,477	1,481.33	111.7259656
2007 – 3	80,689.08	512,279	1,755.49	109.941159
2007 – 4	85,024.46	495,368	1,584.29	104.3727102
2008 – 1	80,813.10	531,092	1,604.54	100.1164627
2008 – 2	89,146.44	493,898	1,568.10	98.05494486
2008 – 3	88,439.84	558,838	1,893.06	100.4732183
2008 – 4	90,523.62	473,792	1,811.08	102.5161935
2009 – 1	82,894.93	532,193	1,843.34	104.5597052
2009 – 2	88,427.18	493,391	1,695.80	100.1264848
2009 – 3	88,282.98	553,097	1,847.85	98.84010549
2009 – 4	92,978.92	561,280	1,718.47	96.35008831
2010 – 1	87,418.21	553,850	1,529.38	95.05310492
2010 – 2	96,887.26	529,879	1,520.82	94.67802653
2010 – 3	96,918.82	612,683	1,726.64	92.84141185
2010 – 4	101,155.71	602,775	1,620.14	93.09335732
2011 – 1	94,996.28	646,098	1,636.42	92.49140448
2011 – 2	102,176.04	595,353	1,630.15	93.09556428
2011 – 3	102,605.53	690,596	1,808.98	90.98149174
2011 – 4	107,274.13	665,756	1,708.50	88.9393729
2012 – 1	100,668.84	716,599	1,729.57	88.08410475
2012 – 2	107,960.88	656,603	1,708.37	87.24009318
2012 – 3	109,624.76	746,379	1,837.35	85.35552219
2012 – 4	113,018.50	726,042	1,736.84	83.98963911
2013 – 1	105,426.47	772,307	1,983.01	83.7599401
2013 – 2	114,687.55	750,935	2,161.26	86.20497228
2013 – 3	115,427.30	828,452	2,497.01	89.44835006
2013 – 4	120,824.27	811,945	2,407.54	88.97181247
2014 – 1	110,661.15	800,896	2,176.25	89.6247788
2014 – 2	116,848.92	751,651	2,193.72	89.09879918
2014 – 3	117,541.02	844,824	2,374.67	89.5997462
2014 – 4	122,228.62	817,563	2,245.51	91.92344672
2015 – 1	112,702.44	867,503	2,443.38	94.71780734
2015 – 2	120,615.44	806,993	2,494.46	97.08141994
2015 – 3	121,452.06	908,842	2,777.94	98.36107522
2015 – 4	128,027.36	872,371	2,682.43	100.5895767

## ANEXO 2: VEC

Vector Error Correction Estimates				
Date: 09/07/17 Time: 12:55				
Sample (adjusted): 2004Q4 2015Q4				
Included observations: 45 after adjustments				
Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ]				
Cointegrating Eq:	CointEq1			
LOGPBIREAL(-1)	1.000000			
LOGTURISTAS(-1)	-0.622122 (0.07175) [-8.67120]			
LOGDIVISAS(-1)	-0.032464 (0.06569) [-0.49417]			
LOGTCR(-1)	0.234645 (0.10487) [ 2.23745]			
C	-4.013014			
Error Correction:	D(LOGPBIR...	D(LOGTURI...	D(LOGDIVIS...	D(LOGTCR)
CointEq1	-0.771930 (0.19873) [-3.88440]	0.825249 (0.28825) [ 2.86295]	-0.324515 (0.38037) [-0.85315]	-0.182945 (0.16329) [-1.12034]
D(LOGPBIREAL(-1))	0.064892 (0.18493) [ 0.35090]	0.099959 (0.26824) [ 0.37264]	0.431800 (0.35397) [ 1.21987]	0.067042 (0.15196) [ 0.44118]
D(LOGPBIREAL(-2))	-0.118196 (0.15213) [-0.77694]	-0.538284 (0.22067) [-2.43937]	-0.204060 (0.29119) [-0.70079]	0.101608 (0.12501) [ 0.81282]
D(LOGTURISTAS(-1))	-0.194833 (0.14310) [-1.36153]	-0.137315 (0.20756) [-0.66155]	-0.729882 (0.27390) [-2.66478]	-0.161457 (0.11759) [-1.37311]
D(LOGTURISTAS(-2))	-0.236622 (0.12702) [-1.86291]	0.119467 (0.18424) [ 0.64844]	0.286762 (0.24312) [ 1.17951]	0.089308 (0.10437) [ 0.85567]
D(LOGDIVISAS(-1))	0.063274 (0.08636) [ 0.73271]	0.276813 (0.12526) [ 2.20989]	0.373388 (0.16529) [ 2.25895]	0.119429 (0.16529) [ 1.68304]
D(LOGDIVISAS(-2))	-0.191152 (0.09035) [-2.11566]	-0.033067 (0.13105) [-0.25232]	-0.439381 (0.17294) [-2.54069]	-0.048031 (0.07424) [-0.64695]
D(LOGTCR(-1))	-0.087871 (0.21437) [-0.40991]	-0.238865 (0.31094) [-0.76820]	0.811009 (0.41031) [ 1.97656]	0.412417 (0.17615) [ 2.34131]
D(LOGTCR(-2))	-0.065853 (0.20789) [-0.31676]	-0.197798 (0.30155) [-0.65594]	-0.670105 (0.39792) [-1.68402]	-0.045448 (0.17083) [-0.26605]
C	0.027895 (0.00506) [ 5.51608]	0.020131 (0.00734) [ 2.74441]	0.025971 (0.00968) [ 2.68308]	-0.003216 (0.00416) [-0.77395]
R-squared	0.856095	0.876280	0.764612	0.325217
Adj. R-squared	0.819091	0.844466	0.704083	0.151702
Sum sq. resids	0.019967	0.042010	0.073153	0.013482
S.E. equation	0.023885	0.034645	0.045718	0.019627
F-statistic	23.13517	27.54411	12.63227	1.874284
Log likelihood	109.8549	93.11903	80.63960	118.6915
Akaike AIC	-4.437994	-3.694179	-3.139538	-4.830734
Schwarz SC	-4.036513	-3.292698	-2.738057	-4.429254
Mean dependent	0.015707	0.019050	0.015736	-0.002764
S.D. dependent	0.056156	0.087848	0.084042	0.021309
Determinant resid covariance (dof adj.)	3.81E-13			
Determinant resid covariance	1.39E-13			
Log likelihood	410.6406			
Akaike information criterion	-16.29514			
Schwarz criterion	-14.52862			

### **ANEXO 3: Plan Estratégico Nacional de Turismo**

El Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú- PENTUR 2008-2018, es el documento oficial que da los lineamientos para integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú, a fin de conformar productos basados en las características particulares de cada destino. Es la herramienta de desarrollo turístico del país, la cual propone un modelo turístico de éxito. Para ello se ha trabajado un planteamiento a todos los niveles: en la gestión de los territorios, en la demanda del consumidor y en los procesos de creación de la oferta: producto, precio, comercialización y comunicación.

El modelo turístico presentado en el PENTUR, propone captar las tendencias de los mercados, creando productos especializados y avanzados a partir de los recursos potenciales del país, adaptándolas a las necesidades de la demanda, comercializándolos según los canales más adecuados y posicionarlos mediante campañas de comunicación eficaces.

El plan comprende un conjunto de acciones que buscan enmarcar la actuación de los agentes privados y de los organismos públicos peruanos en el contexto de una visión a corto, mediano y largo plazo.

La estrategia propuesta en el PENTUR no supone la definición estricta de las políticas sectoriales del Gobierno en materia turística, sino que debe considerarse como un proceso en permanente actualización y revisión que contribuya a promover el desarrollo de la actividad turística.

El PENTUR ofrece un marco estratégico de actuación nacional para el desarrollo turístico que debe ser tomado como base por las regiones para que inicien su proceso de desarrollo y elaboren sus planes regionales y planes de acción.

#### **Objetivos del PENTUR**

El PENTUR busca la consolidación y reconocimiento del sector turismo como una actividad económica estratégica, relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo. El incremento de la participación del sector turístico en la economía del país es una meta que se debe considerar junto con el aprovechamiento y la conservación de los valores socioculturales y medioambientales que constituyen la ventaja competitiva del Perú en materia turística.

Para responder a estas necesidades de manera ordenada, el sector turismo considera un objetivo general y cuatro objetivos estratégicos:

Objetivo general

Alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental del Perú.

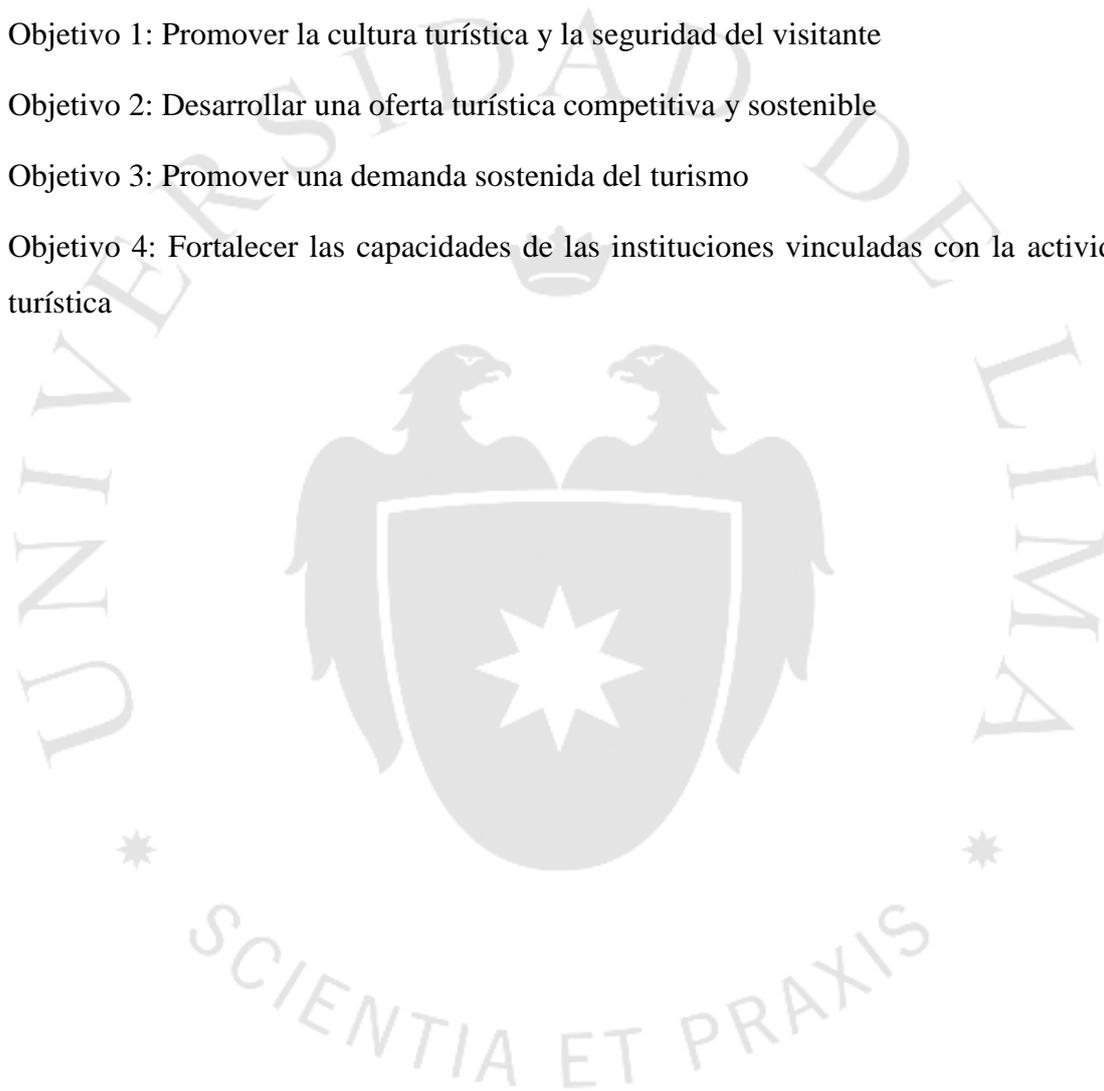
Objetivos estratégicos

Objetivo 1: Promover la cultura turística y la seguridad del visitante

Objetivo 2: Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible

Objetivo 3: Promover una demanda sostenida del turismo

Objetivo 4: Fortalecer las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística



## **ANEXO 4: Plan Nacional de Calidad Turística**

El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR, es un instrumento inspirado en la noción de un producto turístico de calidad, debe combinar atractivos, servicios, y facilidades de manera tal que motive la decisión de viaje de los turistas al lugar donde se ofrece dicho producto, y que esa decisión se repita.

El CALTUR es un componente transversal del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, que recoge sus conceptos y valores y que constituye la principal herramienta para mejorar la posición del Perú como destino turístico a nivel internacional, reconocido por la calidad total de su oferta turística.

### Objetivo General al 2018

El Objetivo General de CALTUR es consolidar un posicionamiento líder del país como destino turístico reconocido por la calidad total de su oferta turística, que se traducirá en la mejora de la calidad de vida de sus poblaciones anfitrionas, en el aumento sostenido y controlado de sus flujos turísticos, en el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y cultural de la Nación, en el incremento significativo del ingreso de divisas por turismo y en la rentabilidad de las empresas turísticas.

### Objetivos Específicos

Los Objetivos Específicos de CALTUR son cuatro, y se relacionan cada uno con las dimensiones de la intervención. Además, para cada objetivo se han planteado cuatro estrategias:

Objetivo 1: Recursos humanos competentes constituyen la base de la gestión de la oferta turística a todo nivel.

Objetivo 2: Prestadores de servicios turísticos aplican las buenas prácticas empresariales y desarrollan su actividad con responsabilidad social y respeto por el patrimonio natural y cultural.

Objetivo 3: Sitios turísticos se manejan con criterio de uso público sostenible, disponen de servicios y facilidades adecuadas y constituyen productos atractivos y competitivos.

Objetivo 4: Destinos turísticos principales brindan seguridad al visitante y se manejan con una óptima gestión.



## **ANEXO 5: Plan COPESCO Nacional**

Es una Unidad Ejecutora del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dependiente de la Alta Dirección creada mediante Decreto Supremo N°001-69-IC/DS el 25 de abril de 1969.

Posteriormente, en el 2002, la ley N°27889 creó el Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, a fin de financiar las actividades y proyectos destinados a la promoción y desarrollo del turismo nacional.

### Objetivo General

Desarrollar y ejecutar proyectos de infraestructura turística que complementen la puesta en valor de los recursos turísticos y de esta manera ampliar la oferta turística de los destinos turísticos del país, así como prestar apoyo técnico a los gobiernos subnacionales para la ejecución de proyectos turísticos. En ciertas oportunidades dicha labor es realizada de forma conjunta con los gobiernos subnacionales.

### Objetivos Específicos

Objetivo 1: Desarrollar y ejecutar proyectos de infraestructura turística en el país.

Objetivo 2: Garantizar la sostenibilidad de los proyectos de infraestructura turística en el país.

Objetivo 3: Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos subnacionales para desarrollar y ejecutar proyectos de infraestructura turística del país.

### Principales Componentes de Trabajo

Componente 1: Estudios de pre inversión de proyectos de infraestructura turística.

Componente 2: Estudios definitivos de proyectos de infraestructura turística.

Componente 3: Fortalecimiento institucional de gobiernos subnacionales.

Todos estos componentes deben de estar enmarcados en el PENTUR y en las políticas sectoriales del Sector Turismo.