

El turismo en el Perú: Historia, cadena y problemáticas

Tourism in Peru: History, chain and problems

Fernando Armas Asín¹

RESUMEN

El texto desarrolla, en el marco de la construcción de la actividad turística, cómo ella se organizó y el rol que tuvieron las instancias involucradas, revisando la literatura al respecto. Se concluye que el turismo como sector económico se construyó a partir de diversos hechos globales y locales que afectaron a la demanda y oferta, entre los que destacaba la naturaleza de la cadena empresarial formada. También se delimitan los problemas que la han afectado y afectan. El estudio puede ayudar a un mejor entendimiento de esta economía y actividad social hoy.

Palabras clave: cadena turística, Estado, empresarios, turismo, Perú, siglo XIX, siglo XX

ABSTRACT

The text develops, within the framework of the construction of tourist activity, how it was organized and the role that the entities involved had, reviewing the literature on the matter.

453

1 Profesor e investigador de la Universidad del Pacífico.
E-mail: armas_fa@up.edu.pe
ORCID: 0000-0001-7050-1423



It is concluded that tourism as an economic sector was built from various global and local events that affected demand and supply, highlighting the nature of the business chain formed. This text also addresses and delimits problems that have affected tourist activity in the past and affect it still. The study can help to better understand this economy and social activity today.

Keywords: tourist chain, State, entrepreneurs, tourism, Peru, 19th century, 20th century

* * *

Este texto plantea una visión panorámica, en perspectiva histórica, de cómo se desarrolló la actividad del turismo. Con ello busca resaltar su organización con la presentación de sus actores más relevantes, así como también describir sus características y los problemas inherentes que se tejieron en el largo plazo. Por último, menciona los estudios e investigadores que mejor han contribuido a este conocimiento.

Para ello, en primer término, se describen los inicios del turismo en el Perú, en una visión que corre a lo largo del siglo XIX, y se destaca lo que denominamos un *turismo de periferia*; luego se trabajan las primeras décadas del siglo XX, donde se esbozaron varios elementos relevantes que, a nuestro parecer, fueron centrales en su desarrollo. A continuación, se aborda el periodo de 1930 a 1950, una época donde se formó un tejido empresarial más estable y con propia identidad, se definieron buena parte de los destinos turísticos, y el Estado asumió un cierto rol en la actividad turística, todo ello en un contexto mundial donde la actividad se terminó de perfilar. Este abordaje permitirá desarrollar la cuarta parte,

de 1950 al año 2000, donde se remarca la profundización de las tendencias previas, resaltamos el carácter moderno y masivo del turismo, y la evidencia de varias complejidades asociadas. Por último, en el cierre al texto, se plantean algunas reflexiones finales.

1. Los inicios: Un turismo de periferia

Cundo hablamos de turismo hablamos de alguien interesado en visitar y conocer un lugar, por ocio, regocijo o simple consumo. El ocio —social, masivo— como actividad ligada al uso de recursos irrumpe con el orden moderno y se abre paso en Occidente, a lo largo de los siglos XVIII y XIX, en la época de consolidación del capitalismo, de la oferta y de los mercados de consumos diferenciados. Por ello Marc Boyer, John K. Walton o Dominique Jarrasé han denominado a esos años como de *revolución turística* para contrastarla con otras revoluciones transformadoras del periodo (Boyer, 2002; Jarrasé, 2002; Walton, 2002).

Efectivamente, en el siglo XVIII se consolidó el *grand tour* —el recorrido Calais-Roma—, promovido por los británicos e imitado por las aristocracias europeas y burguesías, los que contribuyeron con sus demandas a la mejora de los hospedajes y caminos. Nació la palabra *turista*, así como las primeras guías para viajeros. Asimismo, paralelo a este turismo de movimiento, se consolidó otro ligado a un espacio concreto: el de los baños termales. Nació Spa, Bath, entre otros, que transformaron las fuentes de aguas medicinales en estaciones de lujo, con centros de bailes, juegos de azar y otras diversiones sociales. Se inauguró una singular temporada estival europea, con lugares turísticos desde donde

se podían visitar espacios naturales: nació la Suiza mítica, se “inventó” Mont-Blanc, o los inviernos en el Midi, la Costa Azul, o el Rin. De igual manera, los médicos, al tratar sobre la bondad de las aguas marinas para la salud, contribuyeron al interés creciente por las playas y las convirtieron en lugares deseables, consagradas luego por el romanticismo del siglo XIX. Aparecen los balnearios marítimos como Scarborough, Brighton o Margate. Solo a mediados del siglo XIX, se produjo la transición de la playa medicinal a una de placer, centrada en el goce de los cuerpos y en la ruptura de ciertas normas (Corbin, 1993; Urry, 2004; Walton, 1983 y 2002).

En otra oportunidad hemos sostenido que lo sucedido en Europa y, por extensión, en Norteamérica —por lo menos hasta antes de la masificación y revolución tecnológica— tuvo un paralelo en Lima. Desde el siglo XVIII el país asistió a una transformación cotidiana, con el nacimiento de las diversiones públicas modernas que convivieron con las tradicionales. Hubo un nuevo sentido del ocio, ligado a los sectores aristocráticos, y nuevos gustos que convirtieron a ciertos lugares en preferidos para la contemplación y visita. Los distintos viajeros se dieron cuenta de ello. Mientras sentían placer por visitar la Plaza Mayor, la Alameda, la Plaza de Acho, o los conventos e iglesias, donde, según Amasa Delano, Julien Mellet o Vasilii M. Golovnin, los amigos servicialmente les hacían auténticos tours, percibían el interés por el descanso y la distracción consumista de ciertos limeños. Mellet describió Chorrillos, donde en verano las élites se trasladaban a vivir, tomar baños y dedicarse a las diversiones y los juegos. Había muchos “hoteles, cafés y juegos” y algunos solían ir también a Lurín. De igual parecer fue el marino inglés Gilbert F. Mathison (1825), que denominó a Chorrillos

“la Brighthon de Lima”; o William Bennet Stevenson (1829), que observó cómo algunos se animaban a bajar al mar. Era un naciente balneario, con diversas actividades, y Lafond de Lurcy y Robert Proctor describieron cómo eran los baños y el ritual de bañarse, siguiendo las reglas de la bañoterapia. Así mismo los viajeros describieron los paseos a Amancaes, que para la élite limeña podía durar dos o tres días, en época de estación, los que se pasaban tocando, bailando y comiendo. Especie de Longchamp, lo denominó Flora Tristán (1838) (Armas, 2016 y 2018).

Se deben hacer estudios para otras ciudades en el periodo, pero queda claro que el turismo local, entendido en esos estrechos términos de recreación, era común. Pero hasta antes de la Guerra del Pacífico (1879-1883) es el turismo de extranjeros el que se desarrolló con mayores consecuencias, marcado por el predominio de una mirada occidental.

En el hemisferio norte el turismo se continuó desarrollando a pasos agigantados: mejores hoteles, las primeras agencias de viajes —recordemos a Thomas Cook—, y más adelante el proceso de masificación de los visitantes que empieza en Gran Bretaña, y que hace que las clases medias y obreras, en la segunda parte del siglo XIX, participen de sus beneficios, como bien lo han estudiado los profesores Walton o Urry (Urry, 2004; Walton, 1983). El tren, los vapores, el telégrafo, ayudaron a esta secuencia. Pero también hay en Europa una cierta mirada sobre el resto del mundo, que ha venido en denominarse la de un imperialismo político y cultural (Theo, 2001; Said, 1978). Novelas de viajes, artículos periodísticos, revistas, o libros, narran sobre sitios ignotos e invitan a la aventura, aunque no haya lugar para el turismo masivo

y barato en esa periferia. Si no se es empresario, científico, militar o diplomático, estos viajes quedan fuera del alcance. Los viajes de placer y confort son raros: las rutas son extremadamente largas y tortuosas, y aun con el barco a vapor desde 1840, los viajes a Asia o Sudamérica son recorridos de semanas y la infraestructura de caminos, hospedajes o lugares de avituallamiento, pobre. Pero tiene un atractivo, así como para los que leen sobre estas aventuras a través de textos que se convierten en *best-sellers*.

Se fue consolidando entonces una idea sobre el Perú, a manos de los observadores que detallaron sus recorridos, pernoctaron en tambos precarios, pero con abrigo y comida, visitaron en las ciudades pulperías, chicherías, picanterías, fondas o bodegones, tanto como plazas u observaron a los lugareños. El país se volvió atractivo, envuelto en lo exótico. Hubo relatos influyentes como el del naturalista Alexandre von Humboldt, que visitó el norte del Perú y Lima en 1802. Con una mirada arqueológica, buscó entender a los hombres del lugar y su patrimonio, y en Cajamarca recorrió los Baños del Inca y otros conjuntos arqueológicos guiado por gente que se dedicaba a ello. Igual que Proctor, que recorrió y valoró la importancia arqueológica de la costa norte; o la actitud de diversos comerciantes que, al recorrer y visitar muchos lugares del Perú, aprovechaban para conocer iglesias, lugares arqueológicos, fiestas, ferias, degustar comidas, siempre guiados por sus anfitriones. El comportamiento de Heinrich Witt —cuyos cuadernos están disponibles— tal vez fue el de muchos otros. Se fue diseñando una geografía turística local para los visitantes. Lo describió el vizconde Eugène de Sartiges, que hacia 1834 recorrió Arequipa, Puno y Cusco para contemplar la naturaleza, conocer las costumbres de tale provincias, o visitar los sitios

arqueológicos, como Choquequirao. Fue un verdadero turista, llevado por la contemplación y el goce. Se cimentó una narrativa que con los años tomó la forma de una auténtica guía para el visitante —estaba entonces en boga este género—, como las de Adolfo de Botmiliau (1850) o Paul Marcocoy (1869), con referencias a lo que podía o no encontrarse el visitante, lugares de alojamiento, ferias como la de Vilque, o espacios como la amazonia. Ocurrió igual con relatos de interés científico que terminaron cautivando al público, como los de Markham, Squier, Wiener, etc. Experiencias transformadas en guías.

En esta lenta concreción de una economía del turismo, las revistas de divulgación de las ciencias y de viajes, fueron también esenciales, en especial las que se dedicaban al lago Titicaca, el Cusco o sus alrededores. El Perú se afirmó en su relación con lo fascinante, el pasado, y dicho sello pervivió entre los extranjeros. Pero, en esta dinámica, el Estado estuvo ausente, salvo con la promoción del país en el mundo, a través de las Exposiciones Universales (aunque por otras razones), o al buscar atraer migrantes. Fue una época de turismo sin Estado (Armas, 2018, Vol.1, pp. 27-118).

No podemos hablar de un empresariado volcado al turista en esos años, pues es inexistente. Lo que hay más bien son dueños de unos hospedajes sencillos, que se ofrecían a los viajeros comunes; hoteles que tenían baños compartidos y poco aseo, mayormente en Lima; y muy pocos en otras ciudades, donde las posadas y tambos eran sus reemplazos. Volcados al servicio de descanso en general, sus dueños a veces tenían una vida precaria.

2. Vapores, trenes y élites locales en la gestación del turismo contemporáneo

Mientras, entre fines del siglo XIX e inicios del XX, en Europa Occidental y Estados Unidos el transporte en trenes, automóviles, bicicletas o barcos permitió el acceso a variados lugares todo el año, con lo que se logró que el turismo siguiera su extensión a las clases emergentes, la gestación del turismo nacional en el Perú siguió constreñido a las clases altas, pues no existía un amplio e integrado mercado interno. Es cierto que socios de clubes o grupos de obreros de Lima realizaban excursiones por los alrededores de la capital y por la sierra central, y para ello usaban bicicletas, los primeros autos o los servicios de la empresa ferroviaria Peruvian Corporation, pero el único complemento real al turismo de élite local era el de los escasos extranjeros.

En ese escenario hubo tres elementos que ayudaron al impulso de la actividad turística. En primer término, el rol de algunas empresas, particularmente foráneas. En los cercanos Estados Unidos, así como en Europa, a lo largo del siglo XIX se había formado ese cierto interés por el Perú gracias a diversos viajeros que publicitaron sus trabajos, entre los que destacaban, al cambio de siglo, varios hombres de prensa, a lo que se añadió el interés de organizaciones americanas o hemisféricas, que publicaron sucesivas guías para viajeros de negocios o de ocio, como la de Albert Hale (1909) o la de Annie S. Peck (1913), todo lo cual creó un atractivo movilizador entre ciertos sectores sociales. Falta explorar más sobre este proceso, pero el trabajo sobre Fannie Ward, y su labor en la prensa norteamericana, nos hace ver la importancia de estos *gate-keepers* de la actividad (Armas y Arrizabalaga, 2023).

Sin embargo, la publicidad forma un público potencial, pero son las empresas quienes lo movilizan. Y allí fueron importantes cada uno de los actores de la cadena del negocio, en una ruta que empezaba en puertos atlánticos como Nueva York, continuaba con el cruce en ferrocarril por el estrecho de Panamá —antes de la inauguración del canal, en 1914— y seguía luego en barco hasta el Callao o Mollendo, para proseguir por el ferrocarril sur andino hacia Arequipa, Puno, Cuzco, y luego ir a Bolivia. Hubo agencias de viajes que se involucraron, como Cullver Tours Co. de Boston, que trasladaba a hombres de negocios o burócratas, a veces con sus familias, que decidían hacer un *tour* por Sudamérica o los países de la costa del Pacífico. Los turistas de élite llegaban a nuestros puertos gracias a la cooperación con las empresas navieras, que interesadas, pronto ofrecieron al Perú como parte de un recorrido que incluía Panamá, Ecuador, Bolivia y Chile. Fue el caso de la inglesa Pacific Steam Navigation Company, la norteamericana Grace Line y la chilena Compañía Sudamericana de Vapores, entre otras. Ellas, y más tarde las agencias marítimas que desarrollaban el comercio internacional, fueron las que se fijaron en el potencial de este tipo de pasajeros. En los años veinte ya existía promoción de parte de Expreso Villalonga, Exprinter, Grace, y otras agencias del rubro, lo que llevó a la naciente operadora europea Agencia Cook —fusionada a la Wagon Lits— tratar de establecer una oficina en Lima. El proceso fue latinoamericano (Wood, 2021, pp. 49-66).

A los turistas que llegaban les esperaba los servicios de la Peruvian Corporation, que gestionó los ferrocarriles desde 1890, y que vio en el turismo un ingreso adicional a su formato de negocios, e imitó el rol que en otros lugares del mundo cumplieron las compañías ferrocarrileras. Desde 1911 —adelan-

tándose a la apertura del Canal— la Peruvian publicitó con intensidad sus dos rutas de trenes: el Ferrocarril Central y el del sur andino, que llegaba a La Paz, resaltando los lugares por visitar. Publicó un texto, *The Land of the Incas*, para reforzar su política. Ese interés de la Peruvian por el flujo de pasajeros, entre ellos el turístico, y asegurarles un hospedaje, llevó en la década de 1920 a la creación de su red hotelera, cerca de las estaciones del tren. No solo en Mollendo, Puno, Sicuani y Cusco, sino también en estaciones del ferrocarril central. Eran los hoteles Ferrocarril o Pullman, la primera red hotelera privada: modestos lugares para pasajeros de paso (Wood, 2021).

A través del sistema ferroviario el pasajero en el sur andino llegaba también a otros hoteles, igualmente precarios, la mayoría con mesa compartida y sin baños en las habitaciones. Había un par en Mollendo, y en la ciudad de Arequipa algunos más, entre ellos el Gran Hotel Central y el Hotel Europa. La revista limeña *Peru To-Day* recomendaba hospedarse en el Hotel Central o comer en el Arequipa Club para visitar luego los baños termales de Yura, donde también existían otros hospedajes (Armas, 2018, Vol. 1, pp. 149-150). En Arequipa, aparte de visitar iglesias, plazas o la campiña, se compraban fotos y postales que ofrecían estudios como el de José Gerardo Llerena o el de Max T. Vargas, empresarios “de la imagen” como los ha bautizado La Serna, parte de la cadena en construcción (La Serna, 2023). Se ofrecía un “Special service for tourists” en material fotográfico, además de postales del sur del Perú y de Bolivia. En Puno, los turistas visitaban el lago Titicaca, navegaban en uno de los vapores de la Peruvian para el comercio lacustre, que ofrecían vistas maravillosas, como ya a fines del siglo XIX lo atestiguó el francés Marcel Monnier. Los que iban al Cusco tomaban el

ramal norte del ferrocarril sur andino. La guía de la Peruvian lo recomendaba, “heart of the ancient Inca civilization” (Armas, 2018). Antes de 1908 la línea solo llegaba hasta Sicuani, donde existían los hoteles Lafayette y Perú, y de allí se iba a lomo de bestia hasta Cusco. Luego de ese año, la extensión del tren permitió un viaje placentero. Allí, junto a casonas, chicherías y picanterías, surgían los primeros hoteles: Europa y Comercio, en el antiguo Cuadro, y el de Londres e Inglaterra, más allá de los viejos hospedajes. Hacia 1910 aparece el Hotel Royal, de Kalafatovich y Cía., con dos locales (García, 2015, p. 82; Tamayo, 1978, pp. 298-299). Si aparte de visitar la ciudad y Sacsayhuamán se quería viajar al Valle Sagrado, era una odisea, pues se tenía que cabalgar varias horas hasta Quispicanchis o Chincheros. Incluso luego de 1911, con la apertura de Machu Picchu, eran tres días de camino: “los caminos eran malos... con tambos para el reposo del viajero” (García, 2015, p. 82). Una carta de recomendación, hablar con el párroco o con algún hacendado o principal de la zona, como antaño, era la mejor manera de obtener guías y visitar la región.

Hubo otros lugares para el recreo y turismo, digamos interno, como la sierra central, o la selva central, o el sur chico, como recientes investigaciones lo atestiguan. Hay varias evidencias sobre los hoteles en Jauja, en Chanchamayo y otros lugares de la sierra y selva central, a inicios de siglo, vinculados a la curación y al descanso. Vinculado también a esta, en el sur de Lima, en Huacachina, entre 1906 y 1908 se establecen los primeros hospedajes y un nascente balneario que atrae a la elite regional y también limeña. Fue la labor de emprendedores locales que lo hicieron posible, como el caso de Ángela Olivetti de Perotti. Aparte de empresas de viajes, de transportes y hospedajes, no debemos olvidar a las empresas

de equipos para el ocio. Por ejemplo, en los periódicos de la época las máquinas Kodak se publicitaban como los artefactos con los que se podía hacer muchas “views of Peru” —en una tradición que se remontaba a fines del siglo anterior—.

El segundo elemento que ayudó al desarrollo del turismo fue el rol que cumplieron las élites locales, políticas o culturales, particularmente de Lima y Cusco. En Lima hubo una revista mensual, *Perú To-Day*, que se editó desde 1909 en inglés, de John Vavasour, y sirvió de referencia para los que llegaban al país, al promocionar los lugares de interés en la ciudad, además de ofrecer una guía de restaurantes, clubes y sitios de diversión, y una crónica permanente, *In The Land of the Incas*, con relatos de visitantes por el país. Los estudios de fotografía que existían, como el de Manuel Moral, promovían igualmente el país con postales, en una tradición que se remontaba a fines del siglo anterior, como se ha podido constatar, por ejemplo, en el caso de fotógrafos o editores como Peter Bacigalupi. Las revistas sociales limeñas —como *Ilustración Peruana* o *Varietades, de Moral*, y otras— contribuyeron también con sus crónicas de viajes y fotografías. Existían igualmente varias guías de Lima, como la *A Pictorial Description of the Capital of Peru* (1911) o la *Guía Mignon* (1913).

Pero lo más importante fue, en un contexto de interés por el excursionismo, la fundación del Touring Club Peruano (1924). Desde su nacimiento se propuso fomentar “el turismo como medio para conocer y hacer conocer el Perú”. Fue iniciativa de Edmundo Marino Tabusso, Eduardo Dibós y otros, teniendo 5 468 socios en todo el país en 1928, con comités en Arequipa, Cusco, Piura o Ayacucho. El entusiasmo por la obra vial emprendida en el Oncenio de Leguía

(1919-1930), como el interés por los viajes en autos, motivó la creación de su revista institucional y varios libros, así como el organizar *raids* para conocer los caminos —de la costa, región central, sur andino y hasta el oriente—, recoger apuntes turísticos de los lugares que se visitaban, y mencionar los hospedajes y otros servicios. Todo ello permitió la creación de guías, calendarios turísticos y otros documentos en función del turista nacional —urbano y de clase media— pero también del extranjero. Incluso con otros Touring de la región se organizó el Segundo Congreso Sudamericano de Turismo (1929). En cuanto a su revista, se repartía también en los consulados, hoteles y otras instituciones del mundo.

Por otro lado, en el sur andino, particularmente en Cusco, se fue consolidando, junto a una mayor conciencia del pasado y una reivindicación de la cultura, un interés igualmente por el turismo. En un contexto del surgimiento del indigenismo y, en particular, de la generación de L. E. Valcárcel, Uriel García, José Gabriel y Félix Cosío, y Alberto Giesecke, el interés por el pasado se mostró en la creación de diversas instituciones locales, en la conciencia conservacionista y en el deseo por mostrar el pasado, sobre todo tras las expediciones de Hiram Bingham y la Universidad de Yale a Machu Picchu entre 1911 y 1915. Ya para entonces existían los estudios fotográficos de Miguel Chani y de José Gabriel González, y luego se incorporaron los de Juan Manuel Figueroa Aznar y de Martín Chambi. Junto a otros fotógrafos foráneos, grababan escenas de la vida material urbana, iglesias, sitios prehispánicos o tipos indígenas que se vendían como postales. Posteriormente se empezaron a publicar las guías locales, como las que se produjeron en el contexto de los centenarios de 1921 y 1924. Fue famosa la *Guía General del Sur del Perú* o la *Guía del Cuzco. La Meca de América del Sur*, de Giesecke,

a la que la Peruvian Corporation recurrió en su folleto promocional para el fomento del turismo, *The Land of the Incas*. Contenía, aparte de imágenes de las iglesias y otros sitios de interés, una guía de hoteles, como la Casa del Almirante, el Hotel Colón, o el Petit Hotel, y planteaba un tour urbano y una visita al valle Sagrado y Machu Picchu (Giesecke, 1924, p. 14). En todo caso, quien ha estudiado a profundidad estos inicios del turismo cusqueño y sus actores, ha sido Mark Rice (2018), con diversos análisis a tomar en cuenta.

La tercera arista que ayuda a posicionar el turismo es la acción del Estado. Hemos visto que el origen de la actividad fue privado. Las autoridades estatales tenían una idea muy vaga de sus posibilidades. Sin embargo, en el contexto de la República Aristocrática (1895-1919, frente a la decadencia económica de la región del Cusco, el prefecto Hildebrando Fuentes planteó una mejora de la infraestructura local, para atraer a “sabios arqueólogos, aficionados a la heráldica y... turistas” (Fuentes, 1905). La llegada de extranjeros a Lima y Cusco, de turistas locales de élite a Huacachina, al sur de la capital, y por cierto la presión de grupos de interés, llevó a que de forma temprana, hacia 1917, se dieran leyes para construir los primeros hoteles públicos. Aunque no se plasmaron, sobre sus premisas se construirían los hoteles privados Bolívar y Mossone en la época del Oncenio, que revolucionaron la hotelería moderna peruana. Esta acción nos hace ver que la República Aristocrática no fue el régimen de *laissez-faire* absoluto como algunos han imaginado (Armas, 2023). Por cierto, en el contexto de las celebraciones del Centenario de 1921 y luego el *boom* constructor, durante el Oncenio se construyeron otros hoteles privados, como, por ejemplo, el Country Club de Lima, que contribuyó con modernas técnicas de gestión hotelera para contactar a las

agencias internacionales y atraer turistas. También el Estado apoyó al Touring en sus actividades, avanzó el ferrocarril de Cusco en dirección a Machu Picchu —que quedó inconcluso tras la caída del régimen, en 1930—, y emitió un reglamento para los establecimientos destinados al hospedaje de viajeros (1929). Así surgió la frase “El turismo debe ser la primera industria nacional”, promovido por el Touring y otros impulsores del turismo, que buscaban posicionar al Perú en el mundo. De esta manera nació un grupo de presión que exigiría al Estado la solución de los principales obstáculos administrativos o naturales, a través de organismos o de obras públicas, es decir, de políticas públicas.

3. Los empresarios, el Estado y los inicios de la masificación, 1930-1950

La crisis de 1929 golpeó el comercio internacional, pero también creó oportunidades para que las empresas navieras y aéreas vieran en el turismo un mercado alternativo a profundizar. En el largo plazo, en los países del hemisferio norte, la decidida acción del Estado —en Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia, etc.— junto al desarrollo más intenso del mercado y turismo internos, y la amplia inversión privada, permitió un mayor despliegue de la actividad.

En el Perú, la crisis no trascendió en el turismo receptivo o nacional, que estaba encapsulado en sectores muy altos y en pequeñas proporciones. Existieron, más bien, presiones de los operadores mundiales —como Bence Tourist Company o Exprinter Travel Service— y de las empresas navieras —como Grace Line, que tenía cruceros—, que promovían una gran publicidad en Estados Unidos sobre el turismo en el

Perú al que consideraban un buen negocio (Armas, 2019). A ellas se unieron los políticos regionales, con pedidos puntuales, y el Touring, que abogó por que el Estado tuviera un plan de fomento nacional, que cubriera desde publicidad hasta obras públicas. Lo concreto es que los políticos cusqueños consiguieron una ley en 1931, que permitió construir un aeródromo en Cusco, crear una Sección de Turismo en el Ministerio de Fomento, y se encargara al Touring —como lo hacía desde antes— la campaña turística. Luego obtuvieron otra ley (1933), para hacer obras de mejoras en la ciudad del Cusco, en Machu Picchu y construir un albergue público a sus pies —actual Belmond Sanctuary Lodge— como parte de los apoyos públicos al IV Centenario de fundación española de la ciudad (1934). Se sabe que las empresas se involucraron también en los festejos: Santiago Loayza acaba de plantear, por ejemplo, que un primer esfuerzo de nuevos hoteles surgió en el marco de esas celebraciones (2023). Además, la compañía aérea Panagra se involucró, con publicidad y paquetes atractivos, así como el ferrocarril del Sur, que ofrecía una conexión a Machu Picchu, y asociaciones como el Touring, con su publicidad en Lima o Washington. Por esos años, además, se promovieron películas como *Cuzco, el Imperio de los Incas*, subsidiada por la Grace Line.

468

Empresas como Wagon Lits Cook, la Grace Line y otras agencias ofrecían viajes “todo incluido” al Perú en combinación con vuelos con Panagra a través de publicidad en folletos que se repartían en Estados Unidos y el resto del hemisferio. En los años siguientes, el Touring presionó al Estado para retomar la construcción de la carretera Panamericana y eliminar trabas migratorias al turista, así como Panagra, con Paul Harris a la cabeza, le exigía al Estado asumir mayor responsabilidad. En 1934 y 1936 estallaron polémicas sobre

la capacidad hotelera peruana para atender la demanda en Mollendo y el Callao, pues el turismo internacional en cruceros crecía y también el turismo nacional. Salvo los hoteles de Lima, en 1934, la oferta nacional era de mala calidad. A ellos se unían los problemas de los caminos, puertos y escasos aeropuertos (Armas, 2018). Como sabemos, fuera por estas presiones o fuera por condiciones varias como la importancia del turismo receptivo como fuente de divisas, la posibilidad de ofrecer alternativas de ocio a los peruanos —en una época muy convulsionada— y el ejemplo de otras experiencias latinoamericanas, finalmente el gobierno de Óscar R. Benavides (1933-1939) accedió a efectuar inversiones viales, crear un Consejo Superior de Turismo (1937) para un planeamiento turístico, y dar una ley para crear hoteles públicos y escuelas de formación en el marco de la VIII Conferencia Panamericana (Lima, 1938) Así, nació una red de hoteles o albergues de turistas planeados para el turista extranjero y nacional, y empezó a funcionar durante el gobierno de Manuel Prado (1939-1945) en Trujillo, Arequipa, Piura, Huánuco, Cusco, Yura, Tingo María Huánuco, Nazca, Camaná, Chala o Abancay. Se constituyó, de este modo, la Compañía Hotelera del Perú (1942), y se creó la Escuela de Cicerones (1940) y la de Hotelería (1943).

En esos años se apoyó bastante el turismo nacional a través de la Gran Feria Nacional (Lima, en 1939 y 1940), y también se desarrolló una política de protección y conservación de sitios arqueológicos e históricos, que había empezado con el Patronato Nacional de Arqueología (1929), y siguió con el Consejo Nacional de Conservación y Restauración de Monumentos Históricos (1939). El efecto de ello fue que se multiplicaran otras iniciativas autónomas con los años y consolidara una corriente conservacionista, como

en el Instituto Americano del Arte (1937) en el sur andino. Hubo también iniciativas puntuales en materia turística que defendieron una serie de personalidades, como fue el caso de Benjamín Roca Muelle, que continuó presionando para contar con una entidad estatal que promoviera el turismo. En este afán tuvo más éxito que el de Touring, pues consiguió la creación de la Corporación Nacional de Turismo (CNT) en el siguiente gobierno, de José Luis Bustamante y Rivero (1945-1948), y que funcionó entre 1946 y 1950. A través de ella, el Estado desarrolló una labor externa e interna de publicidad, se elaboraron guías, se protegió el patrimonio mediante su catalogación y conservación, se continuó ampliando la red hotelera estatal —Tacna, Tumbes, Chimbo-te e Iquitos, Monterrey, Tarma, Desaguadero—, que pasó a depender de la corporación en nuevos lugares y previeron planes vacacionales subsidiados para los empleados urbanos, particularmente de Lima. En 1947 la CNT organizó el primer Congreso Nacional de Turismo.

No debiéramos, sin embargo, ensalzar demasiado al Estado y el efecto de sus políticas. Se le acusó después de despilfarro a la CNT, y su intento de desarrollar planes de vacaciones para los trabajadores, fue un fracaso (Armas, 2022). Si bien fue tangible su apoyo en ciertos aspectos infraestructurales —apoyó al Estado en sus planes de mejoramiento de vías, así como de aeropuertos—, en verdad el esfuerzo mayor recayó en el sector privado. No sabemos muy bien la dimensión del mercado de consumidores en esos años —en 1936, 4929 extranjeros visitaron el Museo Nacional, y en 1938 los museos de Lima tuvieron 4256 visitas extranjeras y 7769 nacionales—, pero a la labor de los operadores como Wagon Lits Cook o Exprinter por promover el turismo en los países andinos se unió Panagra o Faucett, que ampliaron sus vuelos a distintos puntos del país,

en un contexto de mayor dinamismo de los medios de transportes, así como la labor promotora de los agentes marítimos. Por otra parte, en esos años no solo creció el turismo receptivo, sino el turismo interno comenzó a desarrollarse, conforme la economía urbana lo hacía, tras la crisis de 1929. Se fueron organizando diversas agencias de viajes locales, que, aparte de vender pasajes al extranjero y al interior, promovían, a veces, paquetes de turismo interno. Así lo hizo la Empresa de Turismo de Arequipa, que, hacia 1932 o 1933, organizó viajes por el sur andino o Lima, o las agencias limeñas Casa Neuman o Travel Service S. A., que en los años 40 organizaban viajes a ciudades del sur, centro o norte del país. Fruto de la existencia y la labor de estas y otras agencias de viajes, en 1947 se creó la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (actual APAVIT) para que defendiera los intereses del gremio en el marco de creación de la CNT, que debía ser la reguladora estatal de las agencias de viajes y hospedajes.

Desde luego, muchos peruanos que se movilizaban por el país, animados por la publicidad del Touring y de otras iniciativas, no lo hacían con una agencia. Iba por auto o tren a la sierra de Lima, a la sierra y selva centrales, y a Ica, entre otros. En estas circunstancias de ampliación de la actividad turística, se reveló lo limitado de la oferta de ciertas infraestructuras y su comodidad y, por ello, surgieron también esfuerzos hoteleros notables. Así, se efectuó la ampliación del Hotel Bolívar en los años treinta; luego, la creación del hotel Los Ángeles de Chosica (1941) y La Hostería (1944), para el descanso de los limeños; y ese mismo año en Huacachina, el Hotel Mossone fue remozado y obtuvo su aspecto actual gracias a la iniciativa de la familia suiza Baumgartner Sturm. Se creó también el hotel Paracas (1946), que permitió desarrollar este nuevo destino natural, y también el Colón de Ica, un

hotel en Nazca, que ayudó al desarrollo de ese otro destino, y los hoteles Crillón y 28 de Julio en Lima (1947). Todo esto derivó en la agremiación del sector hotelero. En 1933 hubo un primer esfuerzo, al constituirse el Sindicato de Hoteleros del Perú, integrado por 68 hoteles y posadas de Lima y el centro del país. Pero fue en 1943 cuando se creó la Asociación Peruana de Hoteles y Restaurantes (actual AHORA), que tuvo por objetivo visibilizar al sector “principalmente en la hotelería” y claramente influir en las políticas del Estado y las infraestructuras (Armas, 2018).

Se fue configurando, de esta manera, un empresariado del turismo y, en general, de la hospitalidad que estuvo acompañado de otras iniciativas privadas que beneficiaron la actividad turística, desde ángulos muy diversos, como la creación del Museo Larco Herrera, la labor que hizo el Banco Popular del Perú —por ejemplo, distribuyendo guías de turismo o apoyando con créditos—, y la agremiación —tras la creación de su escuela— de los guías en la Asociación de Guías de Oficiales de Turismo en 1948 (actual Agotur).

Es cierto que las directrices estatales fueron importantes en estos años, pero no hubo políticas gubernamentales en una sola dirección. Tras el golpe de estado de Manuel Odría (1948-1956), el deseo de la Corporación de construir un hotel de turistas en Lima chocó con los intereses hoteleros capitalinos y, debido a ello y a diferencias ideológicas, en nuevo régimen liquidó a la CNT, la Compañía Hotelera del Perú quedó como entidad complementaria al capital privado, y el Touring se volvió a dedicar a la publicidad turística, sin muchos fondos y sin planeamiento (Armas, 2019). Así, el Perú se rezagó en políticas turísticas integrales en medio de un mundo en el que esta actividad se masificó —a partir de

1950, el turismo a nivel planetario pasó de 25,3 millones de desplazamientos hasta 165,8 millones en 1970—; se pasó del avión de turbohélice al avión a reacción de fuselaje ancho, que permitió con tranquilidad los viajes intercontinentales; se crearon grandes cadenas hoteleras mundiales —Hilton, Sheraton, Novotel—; y lo más importante, se fortalecieron los grandes operadores mundiales que pronto controlaron toda la cadena de la operación. Por lo mismo, afirmar que la creación de la Junta de Reconstrucción y Fomento Industrial del Cusco, posteriormente llamada Corporación de Fomento y Reconstrucción del Cusco (1950), haya sido decisiva para fomentar el turismo regional es relativo; en todo caso, los beneficios en el corto plazo no fueron para el destino, pero no para la cadena. Mark Rice (2020) ha estudiado la complejidad del problema en Cusco y, en general, creemos que fue la fuerza del contexto mundial la que empezó a mover la actividad en ese destino turístico, y engarzó con la actividad nacional y regional privada, con todas sus dificultades.

4. Dinamismo empresarial, desafíos locales y consolidación del turismo nacional, 1950-2000

El turismo receptivo en el mundo creció en la segunda mitad del siglo XX, pasando de 25,3 millones de desplazamientos en 1950 a 138 millones en 1967 y a 682,8 millones en el año 2000. Explican este comportamiento el aumento de los ingresos en los países desarrollados, el añadido de nuevos mercados de consumidores —ligado con los años a una creciente incorporación a la actividad turística de las capas medias, particularmente en Asia y América Latina—, la mejora de los procesos de los grandes turoperadores, empresas aéreas y navieras, así como la revolución tecnológica en general.

Los operadores mayoristas mundiales, norteamericanos y europeos, para circuitos lejanos, comenzaron a trabajar con operadores nacionales, que organizaron localmente el paquete —transportes, hoteles, guías, restaurantes— para sus clientes. Creciente, el turismo extranjero hacia el Perú —desde Estados Unidos, Europa y Japón— la cadena iniciaba, entonces, con estos grandes mayoristas mundiales, como American Express, Exprinter, Wagon Lits Cook, Thomson, Reisen, entre otros. En 1956 se creó Lima Tours en Lima, que pronto se convirtió en el primer operador local en turismo receptivo —con oficinas en Cusco y Arequipa—, y otras agencias locales le siguieron —como All Transport S. A., Universal Travels o Dasa Tours—. La historia de los operadores locales, no está bien trabajada, pero un análisis del mayor de ellos, Lima Tours, permite comprender que fueron vitales para conectar la oferta con los mercados consumidores. No fue el Estado —como se ve, primero ausente y, luego, centrado en la promoción y mejora de la infraestructura general— sino ellos los que organizaron los paquetes para visitar Lima, el sur andino, y sucesivamente otros lugares. Se contactaban con los mayoristas en las ferias —con los años, el Fitur de Madrid, BIT de Milán o de Berlín—, los *markets* norteamericanos, o mediante ruedas de visitas, y luego se encargaban de desarrollar los viajes en el terreno (Armas, 2024); la mayor parte de turistas de estos tres mercados —90 % del total— llegaban a través de algún paquete. Además, los operadores nacionales organizaban alianzas regionales —con sus similares de los países andinos—, pues los destinos eran compartidos, y los flujos no necesariamente llegaban a un único país. En esta lógica global, los hospedajes, transportes y restaurantes fueron, en algunos casos, resultado de cómo se organizó la cadena.

El Estado de nuevo en los años 60 buscó promocionar y desarrollar ciertas infraestructuras, debido a periódicos debates públicos sobre el turismo receptivo y nacional. En el gobierno de Fernando Belaúnde Terry (1963-1968), se creó la Corporación de Turismo, CoturPerú, con el conocido Benjamín Roca Muelle a la cabeza. En sus cinco años de existencia CoturPerú desarrolló campañas en Estados Unidos y Europa, como *Conociendo el Perú*, participó en ferias, apoyó filmes que recorrieron el mundo, lanzó las muestras *Oro del Perú* y *Perú ante el mundo*, apoyó la conservación y restauración de bienes en el centro histórico de Lima y otros lugares. También reguló el sector —agencias, hospedajes, transportes—, revivió las escuelas de guías y hotelería, encargó hacer mapas de los recursos turísticos y guías de diferentes lugares del país, y se apoyó el turismo interno con la campaña *Conozca el Perú primero*. Sin embargo, cayó en el despilfarro y el escándalo. Se le acusó de desmesurados gastos en la construcción de hoteles de turistas —construyó o amplió veinte hoteles y albergues y dispuso los planos de otros trece—; en el caso de la obra faraónica del Gran Museo de Lima —que se canceló y luego se relanzó en los 80 como Museo de la Nación—; y se enfrentó a los hoteles de la capital en un nuevo intento por intentar construir un hotel de turistas en Lima (Armas, 2018, Vol. 2, pp. 31-45).

Al margen de CoturPerú, el Estado invirtió en infraestructura que beneficia al turismo en los años 60: el Aeropuerto Jorge Chávez, los nuevos terminales aéreos de Cusco o Arequipa, o la pavimentación de la carretera de Písaq a Ollantaytambo. Un estudio de Checchi and Company, de la OEA, planteó no solo consolidar el eje Lima y el sur andino, sino también diversificar destinos. Ello se ratificó en el Plan Vrioni Cusco-Puno, de la UNESCO, que planteó un nuevo aeropuerto en

Cusco (en Chinchero), una carretera hacia Machu Picchu y un teleférico, además de un nuevo hotel y albergues, vías regionales y apoyo crediticio para hospedajes privados. Los políticos regionales apoyaron las medidas, pero, en la práctica, la velocidad del crecimiento en la llegada de extranjeros y de nacionales al Cusco o Puno sobrepasó la capacidad de reacción del Estado. Los turistas al Cusco pasaron de 6 903 en 1954 a 55 482 en 1971, 60 % de ellos extranjeros; y a Puno de 7 754 en 1965 a 23 595 en 1971, la mitad foráneos. Debido a ello, los hospedajes en el Cusco pasaron de nueve en 1958 a quince en 1971 y luego se multiplicaron por seis en los siguientes seis años, así como surgieron agencias de viajes locales, empresas de buses, nuevos restaurantes, etc. Es decir, la iniciativa privada se adelantó a la morosa planificación estatal a partir de que operaba en una actividad con poca regulación. Así mismo, aunque los hoteles de turistas se siguieron inaugurando en el resto del país —en Cajamarca o Ayacucho, por ejemplo—, la actividad privada fue el motor esencial de la hotelería nacional. En Lima se fundó el hotel Savoy, y como puede verificarse con el desarrollo de nuevas atracciones turísticas, también en Ica y, desde los años 70, en Nasca. También se fundaron hoteles hacia el norte, el Callejón de Huaylas, Huaraz, y, en particular, la Cordillera Blanca, que llamó la atención de los andinistas. Si bien los hoteles de turistas abrieron destinos, no siempre resultó así en todos los casos, y hubo iniciativas privadas de mucho interés.

476

Ello también fue evidente en el caso de los destinos casi exclusivos del turismo nacional. Tanto como el avión, el ómnibus facilitó los viajes. Las mayores carreteras asfaltadas o afirmadas permitieron el tránsito por la costa, por los caminos de ingreso a la sierra, con lo que quedaron mejor conectados entre ellos la costa central, Cajamarca, Huaraz, la sierra central,

Ayacucho. Los vuelos nacionales facilitaron la conexión a Iquitos u otros puntos de la Amazonía. Hubo un flujo de ese turismo hacia el Cusco, pero también hacia Puno —donde se fueron empoderando las fiestas en torno a la Virgen de la Candelaria (La Serna, 2016)—, hacia la costa norte —Piura, Trujillo, Chan Chan, Huanchaco, el Festival Internacional de la Primavera desde 1950 y el Festival de la Marinera desde 1960—, y hacia Ica, y no solo a Huacachina, sino también a la tradicional fiesta del Señor de Luren, la visita a las bodegas vitivinícolas y, a partir de mediados de los 60, el Festival Internacional de la Vendimia. En todos estos procesos, las élites locales fueron vitales, a las que, a veces, se sumó la publicidad y los recursos estatales. Cristina Vargas ha estudiado el caso de Piura, mostrando el activismo de los empresarios locales (Vargas, 2023; Vargas y Cerna, 2024). Viéndolo desde el lado del consumo, los protagonistas fueron las clases medias —pequeños empresarios, empleados, profesionales—, los escolares en viajes de promoción, los grupos emergentes de las nacientes grandes urbes que, con sus familias, a veces viajaban a los lugares desde donde ellos o sus padres emigraron, etc. Por cierto, el flujo turístico fue multidireccional, de limeños a diversos lugares del país, de personas de las ciudades importantes hacia el interior de su mismo departamento —como Vargas lo ha estudiado para Piura— o de personas de todos los lugares del país que se movilizaban a conocer Lima, aprovechando las vacaciones escolares, así como por trabajos o negocios, y se alojaban en muchos casos en casas de parientes. A los lugares tradicionales del centro histórico se unió la visita a las playas limeñas, las infraestructuras urbanas modernas, el Parque de Las Leyendas (1964), las catacumbas de la iglesia de San Francisco (1951), la Feria del Pacífico (1959) o la Feria del Hogar (1966).

En esos años hubo debates intensos, sobre el carácter elitista de cierto turismo de esparcimiento —como el de Cabo Blanco y su mítico Hotel Cabo Blanco Fishing Club—, los problemas de las migraciones urbanas, el deterioro del Centro Histórico limeño, la informalidad de algunos negocios en el sur andino o Lima, o sobre el carácter exótico con que se promovía la Amazonía para los turistas, como fue el caso del Andean Explorers Club, de Gene Savoy (Armas, 2018, Vol. 2, pp. 58-63).

Durante los años del gobierno militar de Juan Velasco y de Francisco Morales Bermúdez (1968-1980) se profundizaron estos procesos. Por el lado estatal, se buscó gestionar lo mejor posible los 33 hospedajes que tenía por todo el país Entur-Perú, la empresa pública hotelera. También se profundizaron los esfuerzos de campañas publicitarias dentro y fuera del país —reforzada con la creación del Foptur, en 1977—, mediante normas para una mayor regulación del sector, que incluyeron un inventario turístico nacional y el establecimiento de zonas de reservas turísticas o naturales. En el sur andino, se inició el financiamiento internacional para desarrollar el plan Copesco: asfaltar carreteras, implementar hospedajes y mejorar la infraestructura (Armas, 2018). Pero, como algunos lo han señalado, esta actitud estatal chocó con el parecer de algunos intereses locales frente a la política centralista (Tamayo, 1978; Rice, 2018). Fue una política que se asfixió con la crisis económica que estalló luego de 1973 y que demoró la implementación de muchas de sus medidas.

478

En el marco del desarrollo continuo del turismo receptivo, que pasó de 133 546 personas en 1970 a 338 468 en 1980, sostenemos que, al margen de lo que hiciera el gobierno, la tendencia mundial mostrada por los grandes mayoristas

mundiales —que no se escandalizaron por las crisis económicas y factores políticos internos— marcó la pauta de las empresas locales y del propio Estado. El eslabón intermedio de la cadena, los operadores locales, hizo posible organizar los planes que atrajeron por vía aérea o por cruceros a muchos turistas y hombres de negocios, y convencieron a los mayoristas de los atractivos del país. Es cierto que hubo mucho crédito disponible para ampliar la oferta, en términos de inversión en nuevos negocios, pero el continuo desarrollo de la demanda fue esencial. La política de subsidios y los fuertes préstamos del Banco Industrial y Cofide permitieron una transferencia neta de recursos que incrementó el número de hoteles de Cusco de 54 a 121 y de Puno de 11 a 44 entre 1970 y 1979. En el mismo periodo, se crearon el Sheraton de Lima, El Libertador de Cusco y Las Dunas de Ica, entre otros grandes hospedajes, y con ellos aparecieron grandes grupos hoteleros, como Intursa e Invertur, de los Brescia y Picaso, y se multiplicaron las agencias de viajes regionales, más vinculadas con la venta de pasajes. El empresariado nacional —entre cuyos emprendedores merece nombrarse a Eduardo Arrarte— hizo posible que en 1971 se creara la Cámara Nacional de Turismo del Perú (Canatur), que con los años aglutinó a otros gremios empresariales del sector, así como también se creó Apotur, vinculado a las operadoras de turismo receptivo, y Aptae, más tarde, vinculado al turismo de aventura. Estos gremios privados buscaron influir en el desarrollo de las políticas públicas, como fue el caso de Foptur, que se desarrolló con la colaboración de empresarios concededores de publicidad y con contactos en los mercados internacionales, los que incluso se montaron en Lima, con la creación de los primeros Travel Marks con el cambio de década.

Algo análogo ocurrió con la demanda turística nacional, pues el régimen militar no pudo encasillarla dentro de los parámetros de su planificación. Los nacionales que se hospedaron en hoteles pasaron de 1 867 066 en 1970 a 2 206 695 en 1980, un crecimiento disperso por todo el país, aunque con un peso grande en Lima, en cuyas proximidades se inventaron regiones de descanso y turismo. Una de ellas fue el Sur Chico, hasta ese momento percibido por los limeños como un lugar de descanso veraniego, entre Punta Hermosa y San Bartolo, y en el que se abrieron antiguas casas hacienda a la hospitalidad y comenzaron los primeros festivales de arte negro. En general, hay cifras sobre este dinamismo del sector privado: entre 1971 y 1979, la inversión pública ascendió a 1 626 millones de soles, mientras el sector privado invirtió 19 457 millones de soles. A nivel del país, el número de lugares de alojamiento subió de 772 en 1973 a 1 179 en 1979 y, en general, el personal registrado en todas las empresas vinculadas al turismo pasó de 8 189 en 1973 a 16 498 en 1978 (Armas, 2018, Vol. 2, pp. 9-109). Era ya un sector pujante.

Hubo debate en Cusco sobre cuánto de la riqueza generada por la cadena se quedaba allí —algunos decían que solo el 13 %—, y los intelectuales empezaron a distanciarse del empresario local por la aparición de hoteles grandes y modernos, como El Libertador, que modificaban el espacio urbano y natural, y que fomentaban la multiplicación de otros más pequeños, de muchos más restaurantes y de informalidad. También los locales experimentaron tensiones culturales con los turistas llegados, así como reinversiones culturales, hipismo y otros fenómenos sociales afines que son motivo de estudio (Rice, 2018).

Sin embargo, toda esta dinámica de una cadena bastante organizada sufrió un embate violento en la década de 1980 y hasta 1992: la violencia terrorista y las crisis económicas, aunadas a la informalidad creciente en algunos eslabones —agencias minoristas, transportes, hospedajes, restaurantes—, el problema del descuido del patrimonio y otros factores. Es cierto que el terrorismo alejó a turistas extranjeros y a muchos nacionales de Ayacucho o Cajamarca, la sierra central u otros lugares azotados por la violencia, pero se mantuvo el turismo receptivo en el sur andino mientras Lima —azotada por la delincuencia y la violencia terrorista— acentuó su condición de lugar de paso. 335 000 llegaron al país en 1981 y 334 000 en 1989. Fue un esfuerzo enorme, sobre todo de los operadores, el de mantener los flujos turísticos, pese a las advertencias en Estados Unidos y Europa sobre viajar al Perú. El colapso del sector, entre 1989 y 1992, incluso en el sur andino, se debió a la hiperinflación, la hiperrecesión, el ajuste económico de 1990, la emergencia sanitaria del cólera, la criminalidad, el terrorismo y el contexto mundial mezclados, y no a un único factor (Armas, 2021).

Hubo además otros matices: cierto fue que las grandes inversiones privadas estuvieron ausentes, pero sí existió la pequeña inversión, como la que se efectuó en hospedajes y restaurantes, y que permitía un ingreso a empresarios y familias azotadas por la crisis económica. Así, los establecimientos de hospedajes subieron de 1269 en 1980 a 2032 en 1989, y las agencias —la mayoría vendedoras de pasajes— pasaron de 239 a 1283. Aunque es cierto que la calidad de los servicios tuvo un deterioro creciente, fue una década de oportunidades también: se abrieron nuevos destinos para el turismo nacional en regiones de la Amazonía, el norte, el sur chico —con la nueva Panamericana sur—. Hubo también

nuevas playas para el descanso veraniego, más festivales de arte negro en Chíncha y la multiplicación de destinos en la sierra central, los que permitieron que el flujo de turistas se mantuviera en toda la década. Además, las campañas publicitarias del Foptur, la política de subsidios gubernamentales y la crisis abarataron los costos en pasajes y hospedajes, lo que generó una nueva corriente de turistas, mayormente jóvenes y familias de bajos recursos. En Cusco las llegadas nacionales pasaron de 160 000 a 310 000 entre 1980 y 1991. En todo el país se pasó de 4,3 millones a 8,2 millones de arribos a los hospedajes en idéntico periodo (Armas, 2018, Vol. 2, pp. 111-170). El trabajo de Foptur fue, tal vez, el legado más importante del Estado, pues, salvo crear un Viceministerio de Turismo, una ley de turismo en 1984 y las participaciones en ferias mundiales, no hubo mayor avance. Más bien ocurrieron desencuentros entre el sector empresarial, aglutinado en Canatur, y la administración pública, sobre todo durante el gobierno de Alan García (1985-1990), por las subidas de impuestos y la hiperinflación. En estos tiempos de crisis, los turistas nacionales permitieron mantener muchos hospedajes, restaurantes y agencias en las regiones.

Finalmente, en la década de 1990, se constituyeron los últimos marcos en los que la actividad actualmente se encuadra. Producida la estabilización y liberalización de la economía, y el cese considerable de la violencia política, durante el gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000) el Estado procedió, luego de algunas dubitaciones, a la privatización de la red hotelera de EnturPerú y sus activos pasaron a diversas empresas hoteleras internacionales y nacionales. También se concesionó el sistema ferroviario, que había sido nacionalizado en los años 1970 (Armas, 2018). Se desactivó el Foptur y nació Promperú, bajo un formato distinto, el que acentuó la promoción

de la imagen del Perú en el mundo. Hubo mucha campaña publicitaria, con gran colaboración del empresariado nacional, que ayudó al diseño de las giras y presentaciones públicas de Promperú en diversas capitales del mundo. Como antaño, el Estado intentó —a través del viceministerio de Turismo o el mismo Promperú— establecer planes maestros y proporcionó una legislación propicia a la inversión y la promoción, pero fue el capital privado el llamado a redinamizar el sector: se invirtió en Lima, Cusco y progresivamente en otras zonas del país, que como hemos visto estaban integradas al turismo receptivo. Los grandes mayoristas mundiales compraron de manera creciente los paquetes de los operadores nacionales —Lima Tours, Condor Travel, Gran Tour Perú, Dasa Tour Perú o Costa Mar—, y la automatización y la globalización ayudaron a mejorar los flujos de pasajeros. Las llegadas de turistas extranjeros pasaron de 316 871 en 1990 a 793 183 en el año 2000. Los arribos de turistas nacionales a hospedajes pasaron de 8 205 104 a 9 154 933. Por cierto, los eslabones locales del tejido empresarial sufrieron cambios: en hotelería se consolidaron varios grupos empresariales, como Intursa, con sus hoteles El Libertador, e Invertur, aparte de Las Dunas, con Mossone y varios ex hoteles de turistas; también surgieron nuevos grupos como Perú Hotel S. A. —Monasterio, Machu Picchu Ruinas, Isla Esteves— y la cadena Las Américas, entre otras. Si incluimos un ángulo más amplio de la inversión privada, desaparecieron viejas líneas de transportes aéreo —Aeroperú, Faucett— y aparecieron otras —Lan, Aerocontinente—. Si lo vemos desde la oferta de destinos nuevos, se consolidaron en la época el Manu, Oxapampa, Pozuzo, Punta Sal, Lambayeque, San Martín o el Amazonas (Armas, 2018, Vol. 2, pp. 171-264).

No obstante, perviven viejos problemas en varios puntos de esa cadena: la informalidad y la mala calidad del servicio, por ejemplo. En este ámbito fueron importantes, aparte de las regulaciones legislativas, los esfuerzos de Indecopi y su Servicio de Protección al Turista (1994) para combatir atropellos. También pervive el descuido por el patrimonio: el tráfico de recursos, el deterioro de los bienes arqueológicos y la mala planificación territorial. Desde el punto de vista social, la transformación, muchas veces dramática, de áreas incorporadas al turismo dio pie a polémicas en el valle del Colca, Piura, Tumbes, o en sitios de descanso cercanos a la capital como Lunahuaná.

Apreciación final

Luego del año 2000, el desarrollo acelerado del turismo fue para todos evidente. Para los que conocen el sector, se apreció en la transformación de los operadores de turismo —y su mayor integración a los mayoristas, quienes en muchos casos los han absorbido—, así como en la realidad hotelera, con grandes cadenas internacionales y nuevos formatos de gestión. En las ciencias sociales, los debates sobre la transformación social del turismo se han acrecentado. Pero estas apreciaciones tienen una historia, y aquí la hemos puesto de relieve al reseñar cómo, a lo largo de dos siglos, una actividad económica y social inimaginable apareció en el Perú —como en el mundo— y se construyó ante todo a partir de una oferta cultural. En ese proceso, la empresa privada transnacional y nacional la gestó y la desarrolló, con apoyo de las elites regionales y nacionales, y el apoyo intermitente del Estado. La manera cómo se manejó este desarrollo ha llevado a reflexiones interesantes sobre su impacto en el empleo, la

modernización de muchas regiones y su viabilidad económica; pero también a grandes discusiones sobre los efectos que ha causado sobre la distribución de ingresos, el cambio social y las identidades. Hay muchos autores e investigaciones en estas reflexiones y conclusiones, y hemos resaltado algunos. Dos siglos después el turismo es una puerta de insospechado futuro, pero también de muchas ambigüedades.

Referencias

- Armas, F. (2016). Dentro de un proceso mundial. Los inicios de la actividad turística en el Perú (1800-1850). *Turismo y Patrimonio*, (10), 89-110.
- Armas, F. (2018). *Una historia del turismo en el Perú. El Estado, los visitantes y los empresarios (1800-2000)*. (2a. ed., Vols.1-2). Universidad de San Martín de Porres.
- Armas, F. (2019). Lo esperable del Estado. Políticas públicas y empresarios en los inicios de la actividad turística en el Perú (1930-1950). *Apuntes. Revista de Ciencias Sociales*, 46(85), 53-78.
- Armas, F. (2021). Turismo, terrorismo y crisis socioeconómica. El caso de Perú (1980-1992). *Turismo y Patrimonio*, 16, 101-122.
- Armas, F. (2022). Viajes para trabajadores. Un experimento peruano en los inicios del turismo social (1946-1948). *Revista Secuencia*, (113), 1-29.
- Armas, F. (2023). Estado, patrimonio y hoteles modernos. Los inicios de las políticas públicas hoteleras en el Perú (1916-1930). *Turismo y Patrimonio*, (21), 43-57.

Armas, F. (2024). Lima Tours: Crecimiento, consolidación y problemáticas de un tour operador en el desarrollo del turismo en el Perú (1956-1980). *Perfiles Económicos*, (16), 117-151.

Armas, F, y Arrizabalaga, C. (2023). Periodista de viajes y *gatekeeper*: las crónicas turísticas de Fannie Ward sobre Lima, a fines del siglo XIX. *Estudios Ibero-Americanos*, 49(1), 1-14.

Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la edad moderna al siglo XX. *Historia Contemporánea*, 25, 13-31.

Corbin, A. (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. Mondadori.

Fuentes, H. (1905). *El Cuzco y sus ruinas. Tabuantinsuyoc kapac-lacta*. Imp. La Industria.

García, R. (2015). *Aproximación al estudio de la evolución del espacio de hospedaje en el turismo peruano* [Manuscrito]. Universidad de San Martín de Porres.

Giesecke, A. (1924). *Guía del Cuzco. La Meca de América del Sur*. Imp. Garcilaso.

Jarrase, D. (2002). La importancia del termalismo en el nacimiento y desarrollo del turismo en la Europa del siglo XIX. *Historia Contemporánea*, 25, 33-49.

486

La Serna, J. C. (2016). *Religiosidad, folclore e identidad en el altiplano. Una historia de los universos festivos de la mami-ta Candelaria de Puno*. Ministerio de Cultura.

La Serna, J. C. (2023). *Empresarios de la imagen. Experiencia de viaje y consumo visual en el país de los incas*

- (1887-1912) [Manuscrito]. Departamento Académico de Humanidades, Universidad del Pacífico.
- Loayza, S. (2023). Turismo, subvención y oferta hotelera. La conmemoración del IV Centenario de la Fundación Española de Cusco (1934). *Turismo y Patrimonio*, (21), 59-77.
- Tamayo, J. (1978). *Historia social del Cuzco republicano*. Industrial Gráfica.
- Rice, M. (2018). *Making Machu Picchu: The Politics of Tourism in Twentieth Century Peru*. University of North Carolina.
- Rice, M. (2020). Desastres y destinos: la política de turismo y preservación en el Cusco después del terremoto de 1950. *Riqch'ariy. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, 1 (1), 97-116.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. Routledge and Kegan Paul.
- Teo, H-M. (2001). Wandering in the wake of empire: British travel and tourism in the post-imperial world. En S. Ward (Ed.), *British culture and the end of empire* (pp. 163-179). Manchester University.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Universidad de San Martín de Porres.
- Vargas, C. (2023). Mirando hacia el norte del Perú: los albores del turismo en Piura. Una lectura a partir de guías de viajeros, 1928-1960. *Turismo y Patrimonio*, (21), 21-42.

- Vargas, C. y Cerna, J. (2024). El Surgimiento de la empresa hotelera moderna en la periferia: El caso de Piura, Perú (1890-1954). *Perfiles Económicos*, (16), 11-49.
- Walton, J. K. (1983). *The English Seaside Resort: A Social History, 1750-1914*. Leicester University.
- Walton, J. K. (2002). Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX. *Historia Contemporánea*, 2(25), 65-82.
- Wood, A. (Ed.). (2021). *The Business of Leisure: Tourism History in Latin America and the Caribbean*. University of Nebraska.

* * *

Recibido: 31 de octubre de 2023

Aceptado: 13 de marzo de 2024