



Comercio Exterior y Turismo:

Tendencias sectoriales para la anticipación estratégica

Comercio Exterior y Turismo: Tendencias sectoriales para la anticipación estratégica

Giofianni Diglio Peirano Torriani

Presidente del Consejo Directivo
Centro Nacional de Planeamiento Estratégico

Luis Enrique de la Flor Saenz

Director Ejecutivo de la Presidencia del Consejo Directivo
Centro Nacional de Planeamiento Estratégico

Jordy Vilchez Astucuri

Director Nacional de Prospectiva y Estudios Estratégicos

Equipo técnico:

Evelin Quispe Giron, Katherine Guadalupe Muñoz, Milagros Estrada Ramos y Yiem Ataucusi
Ataucusi

Editado por:

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico
Av. Canaval y Moreyra 480, piso 21
San Isidro, Lima, Perú
(51-1) 211-7800
webmaster@ceplan.gob.pe
www.ceplan.gob.pe
@Derechos reservados
Primera edición, diciembre 2024

Contenido

Resumen Ejecutivo	6
Introducción	7
Tendencias sectoriales	9
1. Incremento del comercio basado en la biodiversidad	10
2. Mayor apertura y simplificación de procesos para visas de turismo	16
3. Incremento de la digitalización de los procesos migratorios	22
4. Creciente interés en el turismo sostenible	26
5. Mayor uso de plataformas en línea para viajes	31
6. Disminución de barreras arancelarias para el libre comercio	35
7. Creciente aporte económico del turismo	41
8. Mayor promoción de la marca Perú	46
9. Incremento del intercambio comercial Sur-Sur	51
10. Menor diversificación de la canasta exportadora en el Perú	56
Consideraciones finales	61

Contenido de figuras

Figura 1. Perú: evolución del comercio basado en la biodiversidad, en el periodo 2013-2021 (millones de dólares, eje izquierdo y porcentaje del PBI, eje derecho).	11
Figura 2. Perú: valor de las exportaciones FOB de productos de la biodiversidad nativa, en el periodo 2016-2022 (millones de dólares).	12
Figura 3. América Latina y el Caribe: evolución del comercio basado en la biodiversidad, en el periodo 2013-2021 (mil millones de dólares).	13
Figura 4. América del Sur: evolución del comercio basado en la biodiversidad, según países analizados, en el periodo 2013-2021 (proporción del PBI).	14
Figura 5. Mundo: puntuación del Índice de Apertura de Visas de Turismo, en el periodo 2008-2023 (puntajes).	17
Figura 6. Mundo: puntuación del Índice de Apertura de Visas de Turismo, según regiones, en 2013 y 2023 (puntajes).	17
Figura 7. Mundo: población que no requiere visa para ingresar a ciertos destinos, según regiones, en 2013 y 2023 (porcentajes).	18
Figura 8. Perú: evolución del índice de pasaportes Henley, en el periodo 2006-2024 (posición).	19
Figura 9. Mundo: número de países con visas de nómadas digitales, según región, en 2023 (número de países).	20
Figura 10. Mundo: población mundial sujeta a diferentes tipos de políticas de visa, en el periodo 1980-2023 (porcentajes).	23
Figura 11. Mundo: población mundial sujeta a eVisa, según regiones, en 2013 y 2023 (porcentajes).	24
Figura 12. Mundo: porcentaje de viajeros globales que tienen la intención de alojarse en un alojamiento sostenible al menos una vez en el próximo año, en el periodo 2016-2022 (porcentajes).	27
Figura 13. Mundo: huella hídrica de viajes y turismo, según región, en 2019 y 2021 (mil millones de m3 de agua).	28
Figura 14. Mundo: intensidad energética de viajes y turismo, según región, en 2010 y 2021 (MJ de energía por dólar, a precios del año 2021).	29
Figura 15. Mundo: participación en los ingresos de los canales de ventas en el mercado mundial de viajes y turismo, en el periodo 2017-2027 (porcentajes).	32
Figura 16. América Latina: ventas de viajes de turismo, en el periodo 2019-2022 (porcentajes).	32
Figura 17. Mundo: tamaño del mercado mundial de viajes online, en el periodo 2022-2030 (billones de dólares).	33
Figura 18. Mundo: aranceles promedio aplicados por los Miembros de la OMC, en el periodo 1996-2021 (promedio en porcentajes).	36
Figura 19. Mundo: aranceles NMF aplicados, según sector, en el periodo 2006-2021 (promedio simple en porcentajes).	37
Figura 20. Mundo: aranceles promedio aplicados por los Miembros de la OMC, según sector, en 1996 y 2021 (promedio en porcentajes).	38
Figura 21. Perú: evolución del aporte del PBI turístico al PBI nacional, en el periodo 2014-2023 (porcentajes).	42
Figura 22. Perú: evolución del empleo turístico (miles de empleos, eje izquierdo) y variación del empleo turístico (porcentajes, eje derecho), en el periodo 2015-2023.	42
Figura 23. Perú: evolución del ingreso de divisas por turismo, en el periodo 2013-2023 (millones de dólares).	43
Figura 24. Mundo: evolución del PBI de viajes y turismo, en el periodo 2006-2033 (billones de dólares).	44
Figura 25. Perú: Índice de Marcas Nacionales, en el periodo 2020-2023 (puntaje).	47
Figura 26. Perú: evolución del número de visitantes extranjeros al Santuario Histórico de Machu Picchu, en el periodo 2010-2023 (miles de visitantes extranjeros).	47
Figura 27. Perú: evolución del valor FOB de las exportaciones del pisco, en el periodo 2015-2023 (millones de dólares).	48
Figura 28. Perú: evolución del valor FOB de las exportaciones de lana de alpaca, en el periodo 2013-2023 (millones de dólares).	49
Figura 29. Mundo: comercio mundial de países desarrollados y en desarrollo, en 1995 y 2020 (porcentajes del total).	52

Figura 30. Mundo: participación de las exportaciones mundiales por nivel de ingresos del socio comercial, en el periodo 1840-2022 (porcentajes).	53
Figura 31. Mundo: evolución del número de Acuerdos Comerciales Regionales (ACR) activos por año, en el periodo 1994-2022 (número).	54
Figura 32. Mundo: G7 y E7 en la participación en las importaciones mundiales, en el periodo 2010-2050 (porcentajes de las importaciones mundiales).	55
Figura 33. Perú: evolución del Índice de Diversificación de las exportaciones, en el periodo 2002-2022 (puntaje).	57
Figura 34. Perú: evolución del ranking del Índice de Complejidad Económica, en el periodo 2000-2021 (puesto).	57
Figura 35. Perú: evolución de las exportaciones, según rubro, en el periodo 2000-2021 (mil millones de dólares).	58
Figura 36. Perú: canasta exportadora, según productos, en 2021 (participación en las exportaciones totales).	59

Contenido de tablas

Tabla 1. Mundo: Índice de pasaportes Henley (porcentajes), participación del PBI mundial (porcentajes) y población (porcentajes), según bloque de viajes o comercio, en 2024.	19
---	----

Resumen Ejecutivo

La **anticipación estratégica** desempeña un papel esencial en la planificación y desarrollo del **sector comercio exterior y turismo**, permitiendo a los responsables de políticas y estrategias adaptarse a los cambios futuros y a las transformaciones constantes del entorno global. En este contexto, **las tendencias sectoriales** son un componente clave en la formulación de medidas, lineamientos, estrategias y acciones efectivas, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones estratégicas y el diseño que respondan a las dinámicas internacionales y locales **sector comercio exterior y turismo**.

Por otro lado, este reporte tiene como **objetivo presentar de forma sistematizada y ordenada las principales tendencias** del **sector comercio exterior y turismo**, facilitando su comprensión para los encargados de planificación, desarrollo de políticas del sector y el público en general.

Para ello, la **metodología** utilizada en este estudio es una **triangulación de métodos** que incluye el escaneo de horizonte, la bibliometría, la opinión de expertos y la revisión documental estructural. Las tendencias se identificaron y priorizaron en función de su relevancia histórica, actual y futura, además de su alineación con el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN) al 2050 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los resultados revelaron diez tendencias significativas que impactan en el **sector comercio exterior y turismo**, que alteran su curso de acción hacia un futuro deseado. Estas tendencias incluyen: (i) incremento del comercio basado en la biodiversidad, (ii) mayor apertura y simplificación de procesos para visas de turismo, (iii) incremento de la digitalización de los procesos migratorios, (iv) creciente interés en el turismo sostenible, (v) mayor uso de plataformas en línea para viajes, (vi) disminución de barreras arancelarias para el libre comercio, (vii) creciente aporte económico del turismo, (viii) mayor promoción de la marca Perú, (ix) incremento del intercambio comercial sur-sur y (x) menor diversificación de la canasta exportadora en el Perú.

Este reporte resalta la importancia de la anticipación estratégica basada en **tendencias sectoriales** como un mecanismo clave para orientar el desarrollo del **sector comercio exterior y turismo**. La identificación y análisis de estas **tendencias** proporcionan un marco robusto para la planificación estratégica, indispensable para abordar desafíos emergentes y orientar el desarrollo sostenible y competitivo del sector. La relevancia de este documento radica en su capacidad para informar y guiar la formulación de políticas y planes proactivos y adaptativos, fortaleciendo la resiliencia del **sector comercio exterior y turismo** y preparándolo para enfrentar los retos del futuro de manera efectiva.

Finalmente, entre las principales **recomendaciones** destacan: fortalecer el comercio sostenible basado en biodiversidad, digitalizar procesos migratorios para fomentar movilidad, promover turismo sostenible y regenerativo, diversificar la oferta exportadora con productos de mayor valor agregado, e impulsar la marca Perú en gastronomía y turismo cultural. De esta manera, este reporte aporta un marco integral que refuerza la capacidad de respuesta del **sector comercio exterior y turismo**, asegurando su sostenibilidad y pertinencia en un entorno globalizado y dinámico.

Introducción

El **comercio exterior y turismo** desempeñan un papel crucial en el desarrollo socioeconómico y cultural de las naciones, siendo motores clave para el intercambio global, la generación de empleo y el ingreso de divisas. En un contexto global caracterizado por cambios rápidos y disruptivos, la capacidad de anticipar y adaptarse a las tendencias sectoriales presentes y emergentes en este sector es esencial para formular medidas efectivas que aseguren un futuro deseable. La anticipación estratégica en **comercio exterior y turismo** implica la identificación y análisis de tendencias que pueden influir en su evolución, permitiendo a los actores del sector prepararse para los desafíos y oportunidades que se avecinan.

En ese sentido, se identificaron y analizaron **diez tendencias** que impactan en el **sector comercio exterior y turismo**, y/o alteren su curso de acción para lograr el futuro deseado del sector. Las tendencias analizadas en este reporte son: incremento del comercio basado en la biodiversidad, mayor apertura y simplificación de procesos para visas de turismo, incremento de la digitalización de los procesos migratorios, creciente interés en el turismo sostenible, mayor uso de plataformas en línea para viajes, disminución de barreras arancelarias para el libre comercio, creciente aporte económico del turismo, mayor promoción de la marca Perú, incremento del intercambio comercial sur-sur y menor diversificación de la canasta exportadora en el Perú.

Como **metodología**, se adoptó un enfoque triangulado; integrando técnicas de escaneo de horizonte, bibliometría, opinión de expertos y revisión documental estructurada, para identificar y analizar las tendencias **sectoriales en el ámbito del comercio exterior y turismo**.

Este enfoque triangulado permitió una comprensión holística y multidimensional de las dinámicas que configuran el **sector comercio exterior y turismo**, facilitando la formulación de medidas anticipativas basadas en evidencias robustas.

La **primera etapa** consistió en la identificación y sistematización de tendencias educativas relevantes mediante el escaneo de horizonte y análisis bibliométrico. Se revisaron documentos clave y tendencias emergentes en bases de datos académicas e informes globales, cuantificando la relevancia y evolución de cada tendencia.

En la **segunda etapa** se seleccionó y priorizó las tendencias clave a través de consultas estructuradas con expertos del Ceplan. Se emplearon análisis cualitativos y métodos de consenso para identificar las tendencias más críticas para el futuro educativo.

Para la **tercera etapa** se describieron y analizaron las tendencias priorizadas mediante revisión documental y herramientas de análisis de datos. Se generaron gráficos y tablas para visualizar dinámicas e interpretaciones sobre su impacto en el sector educación, que demuestran el comportamiento pasado y presente del fenómeno tendencial del sector, ya sea a nivel mundial, regional y/o nacional, así como una estimación de su comportamiento futuro.

Finalmente, el resultado de este análisis fue consultado y validado por los especialistas de la Dirección Nacional de Prospectiva y Estudios Estratégicos (DNPE) del Ceplan.

TENDENCIAS SECTORIALES

SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y
TURISMO



Tendencias sectoriales

Desde hace mucho tiempo, la biodiversidad ha sustentado los medios de vida de la población mundial y se considera vital para la economía y el bienestar humano. En los últimos años, se ha observado un **incremento del comercio basado en la biodiversidad**, que, gestionado de manera sostenible y legal, podría impulsar la conservación y uso sostenible de la biodiversidad, beneficiando a todos los actores involucrados en esta actividad; sin embargo, el comercio ilegal de vida silvestre y una demanda insostenible de los consumidores podría agravar la pérdida de la biodiversidad.

Por otro lado, se ha evidenciado una **mayor apertura y simplificación de procesos para visas de turismo**, reflejado en los progresos en políticas globales de visas en los últimos años, en particular en las economías emergentes. Aunado a ello, se refleja una tendencia emergente hacia la adaptación de las políticas migratorias a las nuevas formas de trabajo, como los nómadas digitales. Asimismo, se ha observado una tendencia creciente de **incremento de la digitalización de los procesos migratorios**, al constatar que la población mundial sujeta a visas electrónicas está incrementándose; mientras que la visa tradicional disminuye con el paso del tiempo. Esta tendencia es impulsada por la mayor disposición de los viajeros hacia los procesos electrónicos si resultan en una simplificación de los trámites de visa. Al mismo tiempo, la planificación de viajes ha experimentado un cambio importante desplazándose de la interacción interpersonal del turista con agentes de viaje hacia un **creciente uso de plataformas en línea para viajes**, como Expedia, Booking.com, Airbnb, entre otras.

El sector del turismo en el Perú ha registrado una importante recuperación desde un abrupto año 2020 debido a la crisis sanitaria por la COVID-19, que impuso restricciones de movilidad para contener la propagación del virus. En este sentido, se estima una continuidad en el **creciente aporte económico del turismo al país**, impulsado por

importantes proyectos de realce internacional, como el Aeropuerto Internacional de Chinchero, la ampliación del Aeropuerto del Jorge Chávez y el Megapuerto de Chancay. Este panorama favorecedor para el sector, se profundiza gracias a una **mayor promoción de la marca Perú**, dado el reconocimiento mundial del Perú como mejor destino culinario, mejor destino cultural y destino líder de América del Sur. Así también, es importante atender las preferencias de los consumidores, quienes muestran un **creciente interés en el turismo sostenible**. Esta tendencia ha sido impulsada a consecuencia de las múltiples repercusiones derivadas de la pandemia de la COVID-19, lo que ha llevado a un mayor reconocimiento de la importancia de las acciones individuales y empresariales en el ámbito del turismo.

En el panorama de la cooperación económica internacional, se ha observado una progresiva **disminución de barreras arancelarias para el libre comercio**, facilitando un intercambio comercial más fluido y fomentando la prosperidad compartida entre naciones. Esta tendencia es notable en aquellos regímenes arancelarios otorgados por países desarrollados a países en desarrollo, así como en acuerdos comerciales regionales. Paralelamente, se ha evidenciado una **mayor participación del comercial Sur-Sur en el comercio mundial**, superando el comercio Norte-Norte que anteriormente dominaba el comercio. Esto llevará a que los países del Sur global, como China, India e Indonesia, tengan un mayor peso económico en el sistema comercial en las próximas tres décadas. Estos nuevos cambios que se configuran en el escenario económico, precisan acciones necesarias para contrarrestar los choques externos a las exportaciones. En tal sentido, se debe lograr una mayor diversificación económica para disminuir tales vulnerabilidades. No obstante, el Perú ha registrado una **menor diversificación de la canasta exportadora**, limitada principalmente a productos de baja complejidad, como los minerales y productos agrícolas.

1. Incremento del comercio basado en la biodiversidad

El comercio total basado en la biodiversidad en el Perú mostró una tendencia ascendente en el periodo 2013-2021. En 2021, el comercio basado en la biodiversidad en el Perú se valorizó en 3698 millones de dólares, lo cual significó un incremento del 244 % en comparación a los 1077 millones de dólares en 2013. Este tipo de comercio representó el 11,2 % del PBI nacional en el año 2021, es decir, un crecimiento de 2,8 puntos porcentuales en comparación con el 8,4 % registrado en 2013. Asimismo, en América Latina, la exportación de productos basados en la biodiversidad registró un incremento del 19 %, ascendiendo de 276 930 millones de dólares en 2013 a 328 986 millones de dólares en 2021.

El comercio basado en la biodiversidad está en aumento, representando un pilar económico significativo con el potencial de impulsar el bienestar humano y la conservación de la biodiversidad. En el Perú, este comercio experimentó un crecimiento del 244 % entre 2013 y 2021, alcanzando los 3698 millones de dólares en 2021. Sin embargo, mientras productos como la tara, sachá inchi y ají amarillo experimentaron aumentos significativos en sus exportaciones, la quinua mostró una disminución del 38 % entre 2016 y 2022. En América Latina, la exportación de productos basados en la biodiversidad creció un 19 % entre 2013 y 2021, consolidando su posición en el mercado internacional. Países como Ecuador, Brasil y Colombia destacaron por su crecimiento en la contribución del comercio basado en la biodiversidad a su PBI. Para garantizar la sostenibilidad de este comercio, es esencial integrar la biodiversidad en políticas y estrategias, promover la certificación sostenible y la conservación de ecosistemas terrestres y marinos. Los gobiernos deben desempeñar un papel activo en el apoyo y la implementación de estrategias alineadas con la economía biocircular.

En un contexto de urgencia ambiental, con cerca de un millón de especies en riesgo de extinción, la biodiversidad sustenta los medios de vida de casi la mitad de la población mundial y es vital para la economía y el bienestar humano. La Plataforma Intergubernamental Científico-Normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas ha identificado el comercio como un factor indirecto de pérdida de biodiversidad, atribuido al exceso de actividades comerciales, comercio ilegal de vida silvestre y demanda insostenible de los consumidores. No obstante, el comercio sostenible y legal puede ser un motor para la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad, beneficiando a todos los actores involucrados. Aproximadamente la mitad del PIB mundial está vinculado a la biodiversidad y sus servicios (Unctad, 2021).

El comercio basado en la biodiversidad se entiende por el comercio de recursos de origen biológico, ya sean vegetales o animales, que se encuentran en la tierra, el agua y el aire y que cumplen al menos uno de los siguientes criterios: i) se basan directamente en la biodiversidad en su estado natural o poco procesado, como las piñas y el café; ii) utilizan ingredientes derivados de la biodiversidad en su producción, como camisas de algodón, muebles de madera o chocolate; o iii) se derivan principalmente de productos basados en la biodiversidad, como el glicerol obtenido de aceites y grasas naturales.

Según datos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad), el comercio total basado en la biodiversidad en el Perú mostró una tendencia ascendente en el periodo 2013-2021.

En 2021, el comercio basado en la biodiversidad en el Perú se valorizó en 3698 millones de dólares, lo cual significó un incremento del 244 % en comparación a los 1077 millones de dólares en 2013, como se observa en la Figura 1.

De la misma forma, este tipo de comercio representó el 11,2 % del PBI nacional en el año 2021, es decir, un crecimiento de 2,8 puntos porcentuales en comparación con el 8,4 % registrado en 2013.

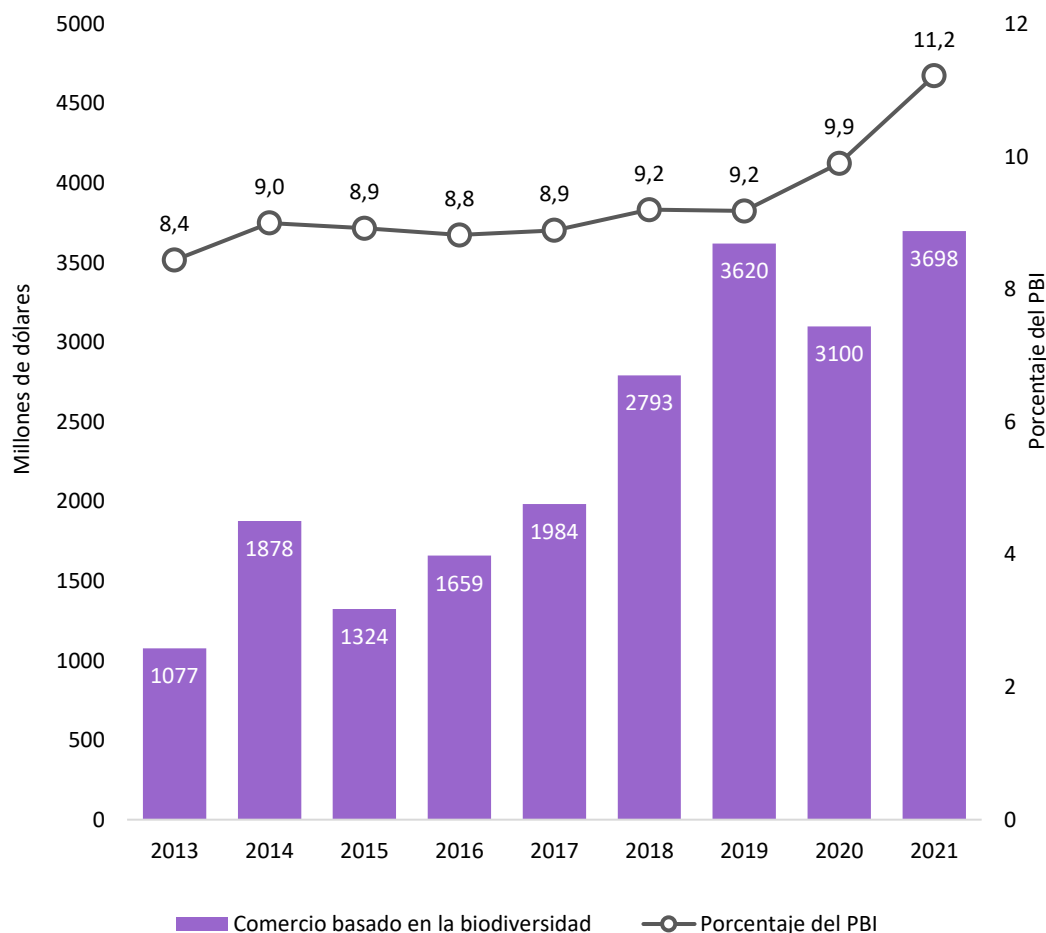


Figura 1. Perú: evolución del comercio basado en la biodiversidad, en el periodo 2013-2021 (millones de dólares, eje izquierdo y porcentaje del PBI, eje derecho).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de Unctad Stat (2023).

Entre los productos de la biodiversidad nativa del Perú, en 2022, la tara lideró las exportaciones con un valor FOB de 107,3 millones de dólares, marcando un incremento del 153 % en comparación con los 42,3 millones de dólares registrados en 2016. Otros productos que mostraron un incremento en las exportaciones entre 2016 y 2022 fueron: el sachá inchi (+ 666 %), ají amarillo (+ 56 %) y el aguaymanto (+ 12 %).

En contraste, la quinua presentó una reducción del 38 %, descendiendo de los 128,8 millones de dólares en 2016 a 80,4 millones de dólares en 2022. Asimismo, las nueces de Brasil (-23 %), cochinilla (-20 %), achiote (-18 %) y el maracuyá (-6 %) presentaron descensos en el valor de sus exportaciones en el mismo periodo.

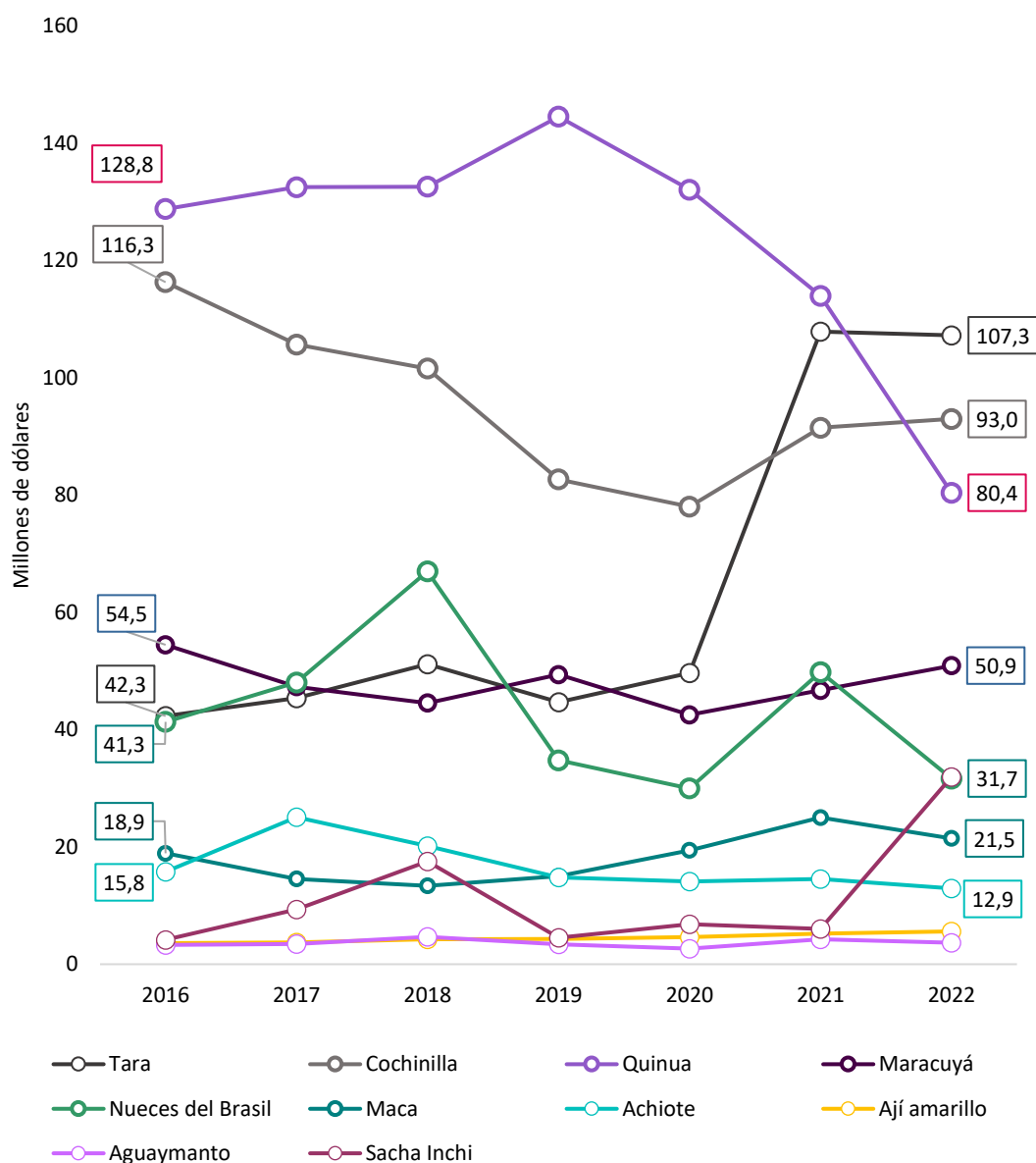


Figura 2. Perú: valor de las exportaciones FOB de productos de la biodiversidad nativa, en el periodo 2016-2022 (millones de dólares).

Nota. Datos de la Sunat. Elaboración Ceplan a partir de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) (2023).

En América Latina, la balanza comercial (diferencia entre el valor de las exportaciones e importaciones) de productos basados en la biodiversidad muestra un incremento en el periodo 2013-2021, como se observa en la Figura 3. En cuanto a las exportaciones, se registró un incremento del 19 %, ascendiendo de 276 930 millones de dólares en 2013 a 328 986 millones de dólares en 2021.

Paralelamente, las importaciones también experimentaron un incremento, aunque más moderado, del 6 %, elevándose de 163 929 millones en 2013 a 173 603 millones en 2021. Este crecimiento progresivo en la balanza comercial resalta el valor económico creciente de los productos basados en la biodiversidad para la región, consolidando su posición en el mercado internacional.

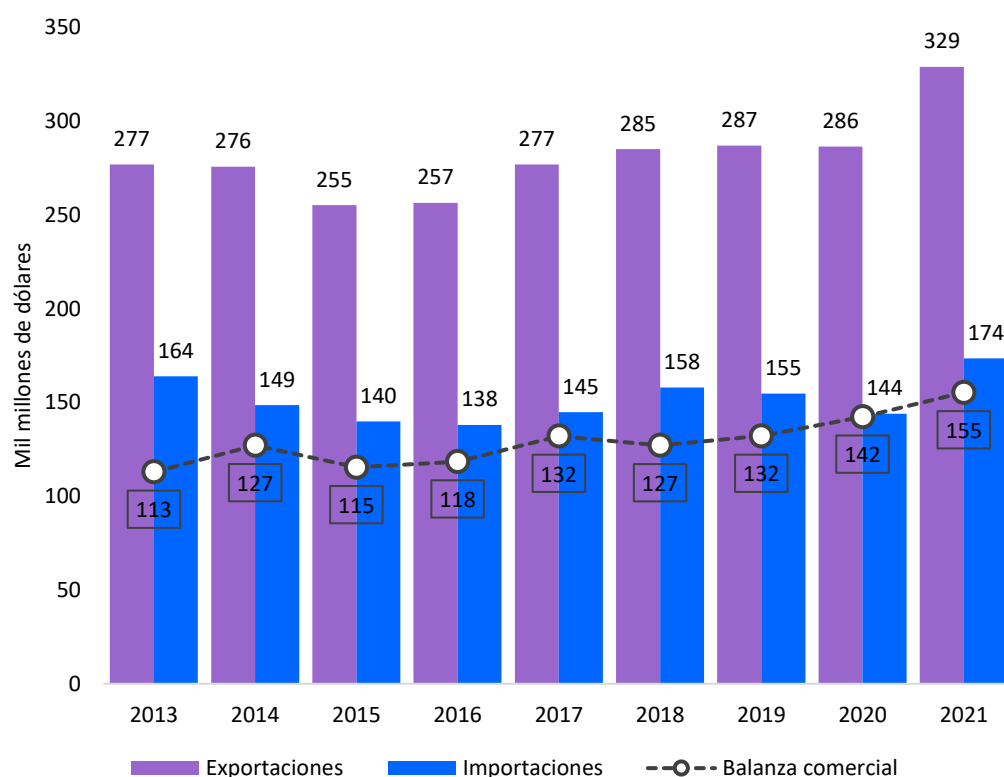


Figura 3. América Latina y el Caribe: evolución del comercio basado en la biodiversidad, en el periodo 2013-2021 (mil millones de dólares).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de Unctad Stat (2023).

La Figura 4 muestra la evolución de la contribución del comercio basado en la biodiversidad al PBI en países seleccionados de América del Sur durante el periodo 2013-2021. Entre ellos destaca Ecuador, que experimentó un incremento de 5,2 puntos porcentuales, ascendiendo de 13,7 % en 2013 a 18,9 % en 2021. En segundo lugar, Brasil registró un incremento de 3,9 puntos porcentuales, pasando de 5,1 % en 2013 a 9,1 % en 2021. En tercer lugar, Colombia experimentó un aumento de 3 puntos porcentuales, elevándose de 5,1 % en 2013 a 8,1 % en 2021. Le siguieron, Perú y Chile, con 2,8 y 1,8 puntos porcentuales, respectivamente. A excepción de sus países vecinos, Bolivia presentó una reducción de 2,6 puntos porcentuales en el mencionado periodo.

En aras para el aprovechamiento sostenible de los recursos biológicos del Perú, el gobierno peruano cuenta con la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025, cuyo objetivo principal es fortalecer la institucionalidad y el marco legal para impulsar e implementar el biocomercio en el país. Esta estrategia se enmarca en siete ejes: políticas normativas, institucionalidad, desarrollo de oferta, investigación e innovación, desarrollo de mercados, gestión del conocimiento, y monitoreo y evaluación (Plataforma Digital Única del Estado Peruano, 2024). Cabe mencionar que en 2023 Promperú otorgó el sello de Biocomercio Perú a 14 empresas nacionales en los sectores de agroindustria y manufacturas, reconocimiento que destaca sus esfuerzos por aplicar los principios de biocomercio en cadenas de valor de recursos de biodiversidad como quinua, aguaymanto, tara y cacao nativo, entre otros, promoviendo así la conservación y uso sostenible de productos nativos de interés internacional (El Peruano, 2023).

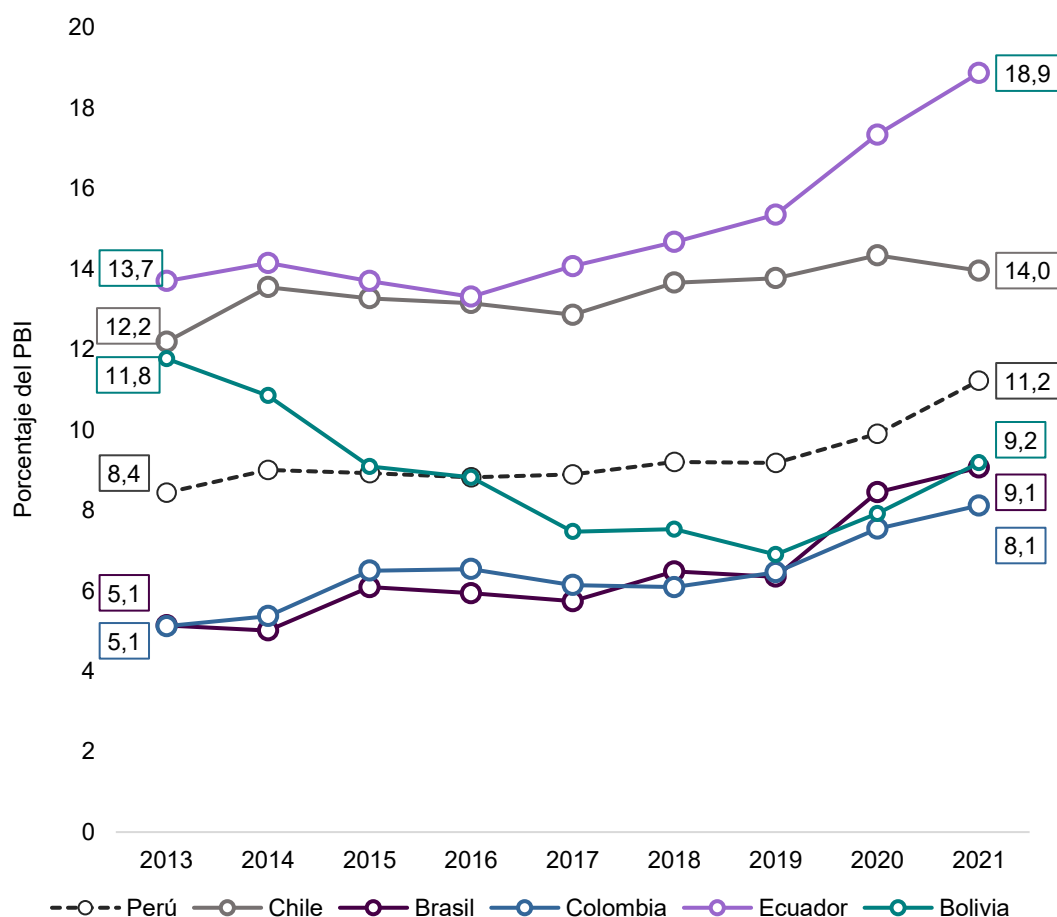


Figura 4. América del Sur: evolución del comercio basado en la biodiversidad, según países analizados, en el periodo 2013-2021 (proporción del PIB).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de Unctad Stat (2023).

Finalmente, el comercio legal, sostenible y rastreable es fundamental para abordar la crisis de biodiversidad actual. Si bien la mayoría de las 500 empresas más importantes del mundo tienen un objetivo climático, sólo el 5 % tiene uno para la biodiversidad (WEF, 2023). En ese sentido, la Unctad enfatiza la importancia de integrar la biodiversidad en las políticas y estrategias, priorizando su inclusión en el nuevo Marco de Acción Mundial posterior a 2020 y promoviendo sistemas de certificación para que el sector privado gestione de forma sostenible la biodiversidad. Además, se debe

conservar de manera sostenible tanto ecosistemas terrestres como marinos y acuáticos, protegiendo los océanos y sus recursos naturales. Aunque medir la conservación de la biodiversidad puede ser complejo, su valor puede evaluarse a través de indicadores como el cambio de uso de la tierra y la contaminación. Finalmente, los gobiernos deben jugar un papel activo brindando apoyo político e implementando mecanismos basados en la biocircularidad de la economía (Unctad, 2021).

Referencias

- El Peruano. (20 de diciembre de 2023). Logran sello de Biocomercio. <https://www.elperuano.pe/noticia/231664-logran-sello-de-biocomercio>
- Maldonado, C. (8 de marzo de 2023). Biocomercio, una estrategia para la biodiversidad nativa. PromPerú. <https://hdl.handle.net/20.500.14152/5868>
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano. (14 de enero de 2024). Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025. <https://www.gob.pe/7009-ministerio-de-comercio-exterior-y-turismo-estrategia-nacional-de-biocomercio-y-su-plan-de-accion-al-2025>
- Unctad. (diciembre de 2021). 6th BioTrade Congress: Trade and biodiversity for a positive future. <https://unctad.org/meeting/6th-biotrade-congress-trade-and-biodiversity-positive-future>
- Unctad. (21 de noviembre de 2023). Trade and Biodiversity. Recuperado 25 de marzo de 2024, de <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/>
- WEF. (12 de septiembre de 2023). Nature-Positive Industry Sector Transitions. <https://www.weforum.org/publications/industry-transitions-to-nature-positive-report-series/>

2. Mayor apertura y simplificación de procesos para visas de turismo

El Índice de Apertura de Visas de Turismo a nivel mundial ha presentado una evolución ascendente, duplicando su puntuación de 20 puntos en 2008 a 40 puntos en 2023. Además, en 2023, el 21 % de la población mundial no requirió una visa para ingresar a un destino; esta proporción significó un leve incremento de dos puntos porcentuales en comparación con el 19 % registrado en 2013. Se espera que, para impulsar el progreso económico futuro, las regiones menos desarrolladas fortalezcan su cooperación y apertura al turismo y comercio, al mismo tiempo que los bloques económicos más prósperos deberán expandir sus lazos comerciales con países en desarrollo.

El Índice de Apertura de Visas de Turismo a nivel mundial ha experimentado un crecimiento notable, pasando de 20 puntos en 2008 a 40 puntos en 2023. Tras el impacto inicial de la pandemia de COVID-19, que en mayo de 2020 resultó en el cierre del 75 % de las fronteras internacionales, las economías emergentes se han posicionado como líderes en términos de apertura de visas, registrando un índice de 43 puntos, mientras que las economías avanzadas han mantenido una estabilidad con 27 puntos. En términos regionales, Asia y el Pacífico encabezaron la lista con 46 puntos, seguidos de cerca por África y América. Según el Índice de Pasaportes Henley, el pasaporte francés se sitúa en la cima, ofreciendo acceso a 194 destinos sin visa. Además, la visa para nómadas digitales ha cobrado protagonismo, con países como Estonia, España y Portugal implementando innovadores programas diseñados para atraer a profesionales que trabajan de forma remota. Hasta 2023, un total de 50 países han adoptado esta modalidad de visa. En ese sentido, se subraya la necesidad de promover procesos de visa regionales y la creación de visas especializadas para potenciar el turismo y la movilidad internacional.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO, por su denominación en inglés), el Índice de Apertura de Visas de Turismo a nivel mundial ha presentado una evolución ascendente, duplicando su puntuación de 20 puntos en 2008 a 40 puntos en 2023, como se muestra en la Figura 5. Este aumento refleja los progresos en políticas globales de visa en los últimos años (UNWTO, 2024a). Es relevante destacar que la apertura regional ha vuelto a niveles previos a la pandemia de COVID-19, periodo durante el cual las restricciones de viajes eclipsaron las políticas de visa existentes. En un punto álgido de la pandemia, en mayo de 2020, el 75 % de todos los destinos del mundo habían cerrado completamente sus fronteras (UNWTO, 2024a; 2024b).

En 2023, las economías emergentes presentaron una mayor apertura en la facilitación del proceso de otorgamiento de visas para turismo, obteniendo una puntuación de 43 en el Índice de Apertura de Visas de Turismo, superando la media global de 40 puntos. Asimismo, entre 2013 y 2023, la apertura en las economías emergentes creció notablemente, aumentando en 12 puntos. Este dato subraya el papel central de estas economías en impulsar la tendencia hacia una mayor apertura. En contraste, las economías avanzadas han mantenido una estabilidad en sus políticas de visas, apenas variando de una puntuación de 26 en 2013 a 27 en 2023 (UNWTO, 2024a).

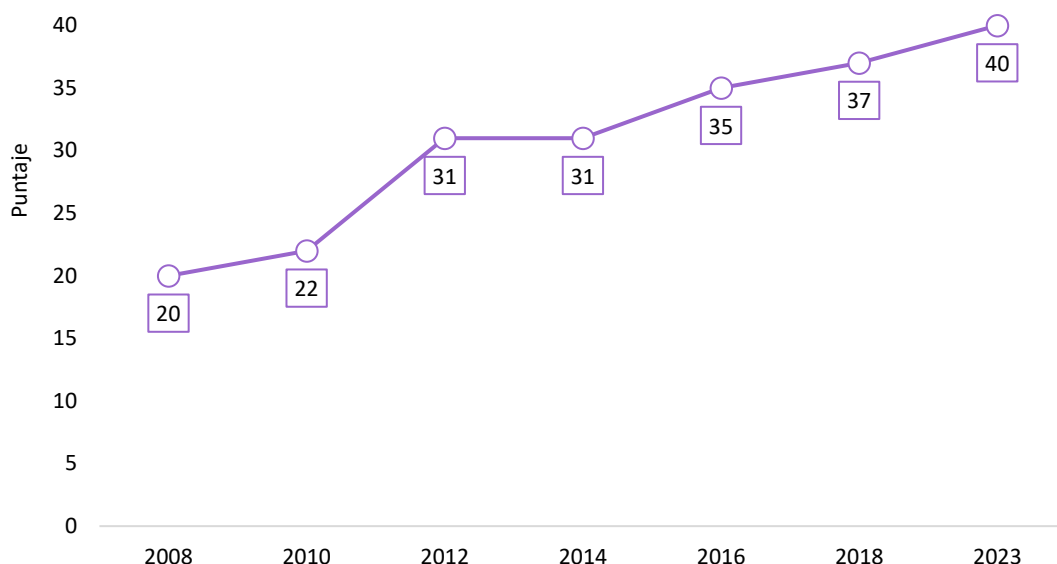


Figura 5. Mundo: puntuación del Índice de Apertura de Visas de Turismo (puntajes).

Nota. El Índice de Apertura de Visas de Turismo se mide en una escala de cero a 100, donde un valor cercano a 100 denota una mayor facilidad en la obtención de visas y mayor accesibilidad del destino turístico. Adaptado a partir de "Tourism Visa Openness Report 2023", de Unwto (2024a, pág. 31).

En la Figura 6 se observa diferencias en cuanto al Índice de Apertura de Visas de Turismo entre las diferentes regiones del mundo. En 2023, Asia y el Pacífico obtuvo el mayor puntaje con 46 puntos. Muy de cerca, África y América obtuvieron 44 puntos y 41 puntos, respectivamente.

Por el contrario, las regiones rezagadas en términos de apertura de visas fueron Europa y Oriente Medio, con 32 puntos y 28 puntos, respectivamente. Entre las regiones con mayor crecimiento en el Índice entre 2013 y 2023 se encontraron África con un aumento de 15 puntos, seguida por Asia y el Pacífico y Oriente Medio, ambas con un aumento de 9 puntos.

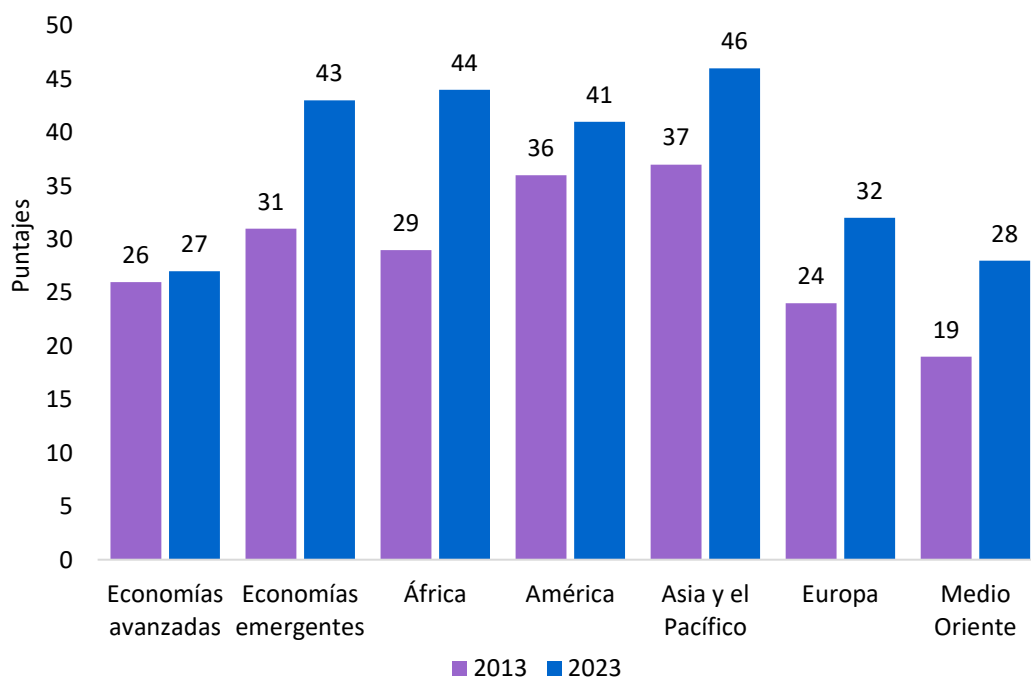


Figura 6. Mundo: puntuación del Índice de Apertura de Visas de Turismo, según regiones, en 2013 y 2023 (puntajes).

Nota. Adaptado a partir de "Tourism Visa Openness Report" 2013 y 2023, de Unwto (2024a; 2013).

Por otro lado, a nivel mundial, en 2023, el 21 % de la población no requirió una visa para ingresar a un destino; esta proporción significó un leve incremento de dos puntos porcentuales en comparación con el 19 % registrado en 2013. Desde una perspectiva regional, la región de América encabezó con un 33 % de su población que no requirió una visa en el año 2023; apenas un punto porcentual por encima del 32 % registrado en 2013.

Le siguió Europa con el 26 % de su población sin requerimiento de visa, experimentando el mayor incremento regional con cinco puntos porcentuales desde el 21 % en 2013. En menor medida, África y Oriente Medio mostraron un incremento de tres puntos porcentuales en el mismo periodo. Sin embargo, la región de Asia y el Pacífico fue la excepción, mostrando una ligera disminución del 20 % en 2013 al 19 % en 2023 en términos de no requerimiento de visa.

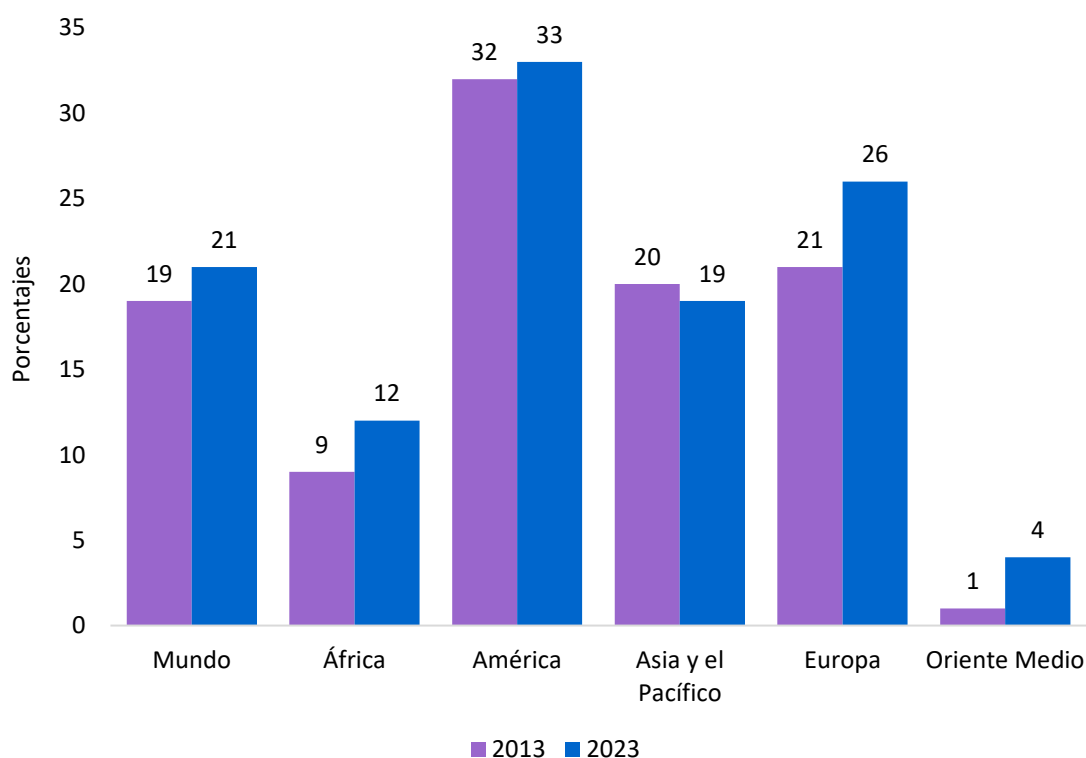


Figura 7. Mundo: población que no requiere visa para ingresar a ciertos destinos, según regiones, en 2013 y 2023 (porcentajes).

Nota. Adaptado a partir de "Tourism Visa Openness Report" 2013 y 2023, de Unwto (2024a; 2013).

En el ámbito de los viajes internacionales, el pasaporte juega un papel crucial. Según el Índice de Pasaportes Henley, el cual mide el número de destinos a los que un titular de un pasaporte puede acceder sin visa, en base a un análisis de 199 pasaportes diferentes y 227 destinos de viaje distintos, los países de Francia, Alemania, Italia, Japón, Singapur y España lideran con los pasaportes más

poderosos, permitiendo el acceso a 194 destinos sin visa. Por su parte, el Perú ha mostrado un progreso significativo en el Índice de Pasaportes Henley, escalando del puesto 56 en 2006 al puesto 35 en 2024, tal y como se ilustra en la Figura 8. Actualmente, los ciudadanos peruanos pueden ingresar sin visa a 142 destinos.

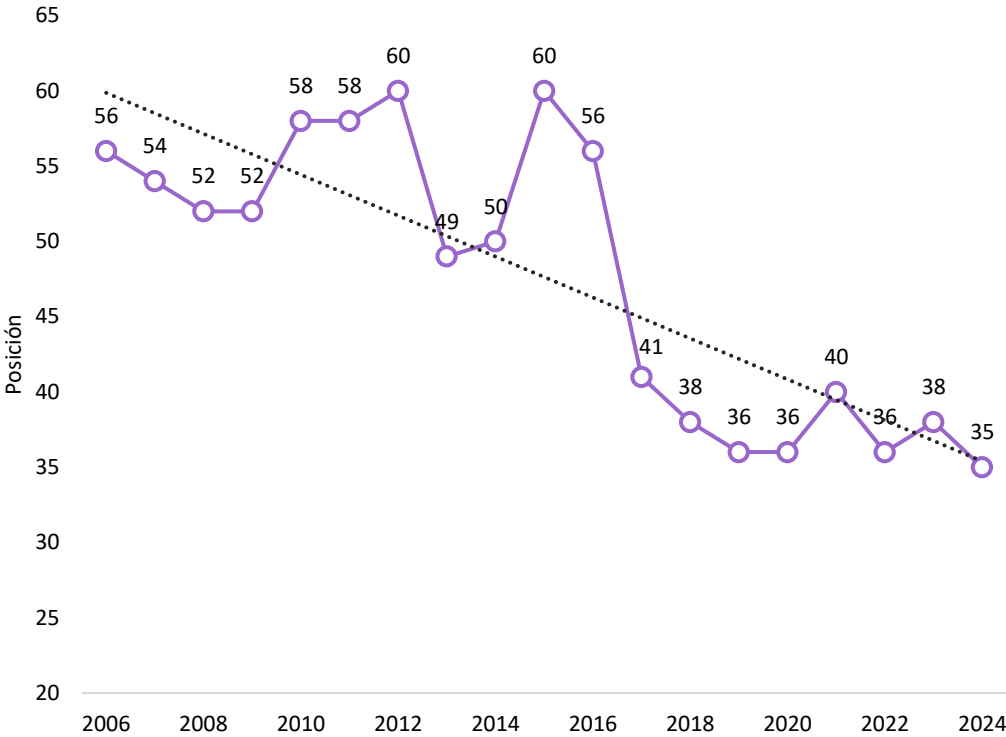


Figura 8. Perú: evolución del índice de pasaportes Henley, en el periodo 2006-2024 (posición).
Nota. Adaptado a partir de Henley & Partners (Henley & Partners, 2024).

Según un estudio reciente, existe una clara disparidad de desempeño entre los grupos de países con alta apertura de visas y clasificación económica elevada, como la Unión Europea (UE), y aquellos con menor apertura de visas y clasificación económica

más baja, como la Unión Africana (UA), según muestra la Tabla 1. Aunque la UA se sitúa en el último lugar de todos los bloques regionales en movilidad económica, tiene el mayor potencial para mejorar su poder de pasaporte.

Tabla 1. Mundo: Índice de pasaportes Henley (porcentajes), participación del PBI mundial (porcentajes) y población (porcentajes), según bloque de viajes o comercio, en 2024.

Bloque de viajes o comercio	Índice de pasaporte Henley (puntaje promedio como %) ^a	Participación del PBI mundial (total del bloque) ^b	Población (%) ^c
G7	85 %	44 %	10 %
UE	84 %	17 %	6 %
G20	69 %	98 %	82 %
Mercosur	58 %	4 %	5 %
CCG	49 %	2 %	1 %
BRICS	43 %	28 %	45 %
ASEAN	40 %	3 %	8 %
UA	28 %	3 %	18 %

Nota. (a) Puntuación porcentual promedio en el Índice de Pasaportes Henley. (b) Participación porcentual de cada grupo en el PIB global, (c) Población mundial. Los grupos económicos considerados son el Grupo de los Siete (G7), la Unión Europea (UE), el Grupo de los Veinte (G20), Mercado Común del Sur (Mercosur), Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo (CCG), grupo conformado por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica (BRICS), Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), Unión Africana (UA). Adaptado a partir de “Travel Freedom and Economic Success: A Mutually Reinforcing Connection”, de Henley & Partners (2024).

En general, los países más prósperos económicamente tienden a tener economías más abiertas en términos de viajes, comercio y flujos de inversión dentro de su grupo, pero son menos accesibles para países con economías más débiles. Para impulsar el progreso económico futuro, se espera que las regiones menos desarrolladas fortalezcan su cooperación y apertura al turismo y comercio. Al mismo tiempo, los bloques económicos más prósperos deberán expandir sus lazos comerciales con países en desarrollo. Además, en economías más avanzadas, el envejecimiento de la población impulsará una creciente demanda de talentos (Williams, 2024).

Otro tipo de visa que se ha ganado relevancia en los últimos años es la visa para nómadas digitales, especialmente durante la pandemia de la COVID-19. La creciente necesidad de adaptarse a las nuevas dinámicas laborales y contrarrestar el declive de la industria turística, varios países europeos, entre ellos pioneros como Estonia y Croacia, así como recientes incorporaciones como España y Portugal, han

implementado programas de visas para nómadas digitales. Estos programas ofrecen residencia temporal y están diseñados para atraer profesionales que pueden trabajar remotamente, contribuyendo así a la economía local durante todo el año. Además de ventajas como residencia temporal, algunos países ofrecen beneficios adicionales, incluyendo incentivos fiscales, para fomentar una estadía prolongada (Rodríguez, 2022; MDZ Sociedad, 2024; Fernández, 2023).

El interés en adoptar políticas similares se ha extendido globalmente, marcando un cambio significativo en la percepción de la inmigración laboral y la movilidad internacional, con un enfoque en atraer talento capaz de operar digitalmente desde cualquier lugar. Este fenómeno refleja una tendencia hacia la adaptación de las políticas migratorias a las nuevas formas de trabajo. Hasta 2023, 50 países alrededor del mundo poseen una visa para nómadas digitales. De estos, 21 se encuentran en América, 19 en Europa, cinco en África, cuatro en Asia y el Pacífico y uno en Oriente Medio, según se muestra en la Figura 9.

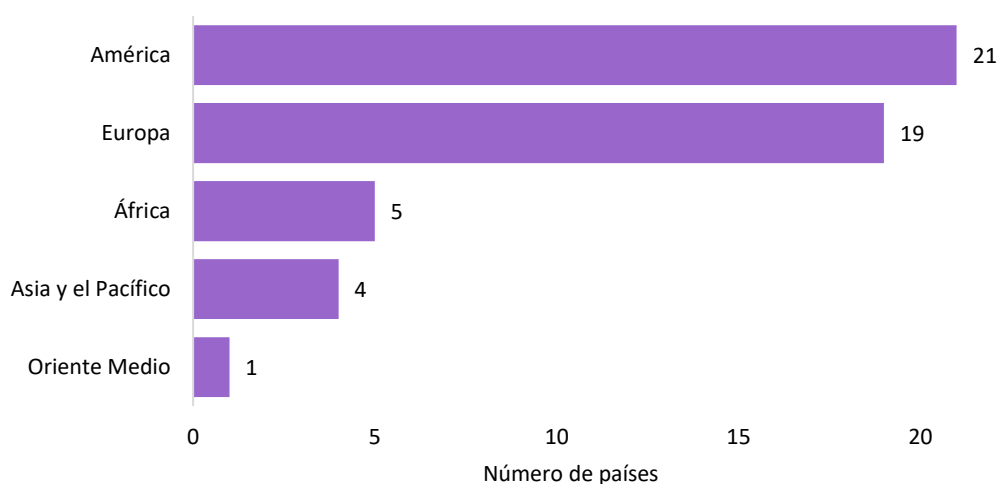


Figura 9. Mundo: número de países con visas de nómadas digitales, según región, en 2023 (número de países).

Nota. Adaptado a partir de UNWTO Brief - Digital Nomad Visas, de Unwto (2023).

En línea con todo lo señalado anteriormente, la Organización Mundial del Turismo resalta la importancia de las medidas regionales para facilitar procesos que otorguen de visas para impulsar el turismo de manera significativa. Por consiguiente, es importante establecer acuerdos para otorgar visas regionales que promuevan los viajes a diversos destinos bajo un marco unificado, elevando así el atractivo de la región.

La oferta de visas de duración extendida y con entrada múltiple estimula las visitas recurrentes; mientras que la introducción de visas especializadas para grupos prioritarios y participantes en eventos refuerza la competitividad del destino. Adicionalmente, las visas para nómadas digitales representan una estrategia innovadora para atraer y retener talento calificado en un país (UNWTO, 2024a).

Referencias

- Fernández, J. (2023). Cada vez más países en Europa emiten visados para nómadas digitales: estos son y así funcionan. Xataka: <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/cada-vez-paises-europa-emiten-visados-para-nomadas-digitales-estos-asi-funcionan>
- Henley & Partners. (2024). The Henley Passport Index. Recuperado 27 de marzo de 2024, de <https://www.henleyglobal.com/passport-index>
- MDZ Sociedad. (28 de enero de 2024). Visas para nómadas digitales: cómo son, países disponibles y requisitos. <https://www.mdzol.com/sociedad/2024/1/28/visas-para-nomadas-digitales-como-son-paises-disponibles-requisitos-401567.html>
- Rodríguez, C. (23 de diciembre de 2022). Viajar y trabajar: Qué países de Europa ofrecen visas para nómades digitales. Forbes Argentina: <https://www.forbesargentina.com/lifestyle/viajar-trabajar-paises-europa-ofrecen-visas-nomades-digitales-n27007>
- UNWTO. (2013). Tourism visa openness report: Visa facilitation as means to stimulate tourism growth. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284415731>
- UNWTO. (noviembre de 2023). UNWTO Brief - Digital Nomad Visas. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284424481>
- UNWTO. (2024a). Tourism Visa Openness Report 2023. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284425044>
- UNWTO. (12 de marzo de 2024b). UN Tourism reports openness is back to pre-pandemic levels. <https://www.unwto.org/news/un-tourism-reports-openness-is-back-to-pre-pandemic-levels>
- Williams, T. (2024). Travel Freedom and Economic Success: A Mutually Reinforcing Connection. Henley & Partners: <https://www.henleyglobal.com/publications/global-mobility-report/2024-january/trevor-williams>

3. Incremento de la digitalización de los procesos migratorios

En mira hacia el futuro, con la experiencia digital respaldada por identificación biométrica, se espera que los pasajeros compartan su pasaporte digital con la aerolínea para confirmar y asignar asientos vía mensajes, reduciendo la necesidad de tarjetas de embarque físicas. Asimismo, aquellos que opten por compartir datos biométricos podrán atravesar el aeropuerto sin contacto, beneficiándose de puertas biométricas que agilizan los procesos de seguridad y embarque. Cabe mencionar que durante la última década se ha observado una tendencia creciente en el porcentaje de la población mundial sujeta a una visa electrónica, con un aumento progresivo desde apenas el 2 % en 2012 hasta alcanzar un 18 % en 2023, representando un incremento de 16 puntos porcentuales.

La adopción de visas electrónicas (eVisas) ha experimentado un crecimiento significativo en la última década, pasando del 2 % en 2012 al 18 % en 2023, simplificando el proceso de solicitud y manteniendo medidas de seguridad fronteriza. Sin embargo, las visas tradicionales aún prevalecen como la principal política de visa, elegidas por el 47 % de la población mundial en 2023, marcando una disminución en comparación con el 77 % registrado en 2008. África lidera en la adopción de eVisas con el 31 % de su población, seguido por Asia y el Pacífico con el 20 %. La preferencia por los procesos electrónicos es evidente, con el 66 % de los viajeros optando por obtener visas en línea. Además, el uso de datos biométricos en aeropuertos ha aumentado, con el 46 % de los viajeros utilizando esta tecnología en 2023, frente al 34 % en 2022. Adaptarse a estas tendencias digitales es esencial para modernizar y optimizar los procesos migratorios, facilitando el acceso a visas y promoviendo la movilidad transfronteriza, lo que a su vez potencia el crecimiento del sector turístico y garantiza niveles adecuados de seguridad.

La visa electrónica, denominada también eVisa, es una versión digital de una visa tradicional que los viajeros pueden solicitar directamente en línea a través de un sitio web gubernamental o mediante un operador turístico o aerolínea (ICAO, 2010). A diferencia de una visa tradicional, la cual requiere una solicitud física y la presentación de documentos en un consultado o embajada, la visa digital simplifica el proceso en uno más rápido y conveniente (ACKO, 2024).

Durante la última década, se ha observado una tendencia creciente en la adopción de visas electrónicas en lugar de visas tradicionales. Según se muestra en la Figura 10, el

porcentaje de la población mundial sujeta a una visa electrónica se ha ido incrementando progresivamente desde apenas el 2 % en 2012 hasta alcanzar un 18 % en 2023, representando un incremento de 16 puntos porcentuales. Este panorama subraya un proceso de digitalización diseñada para agilizar el proceso de solicitudes de visa sin poner en riesgo las medidas de seguridad fronteriza. Aun así, en 2023, las visas tradicionales continúan siendo la principal política de visa, siendo elegidas por el 47 % de la población mundial. Es importante destacar que esta cifra representa una disminución de 30 puntos porcentuales en comparación con el 77 % registrado en 2008.

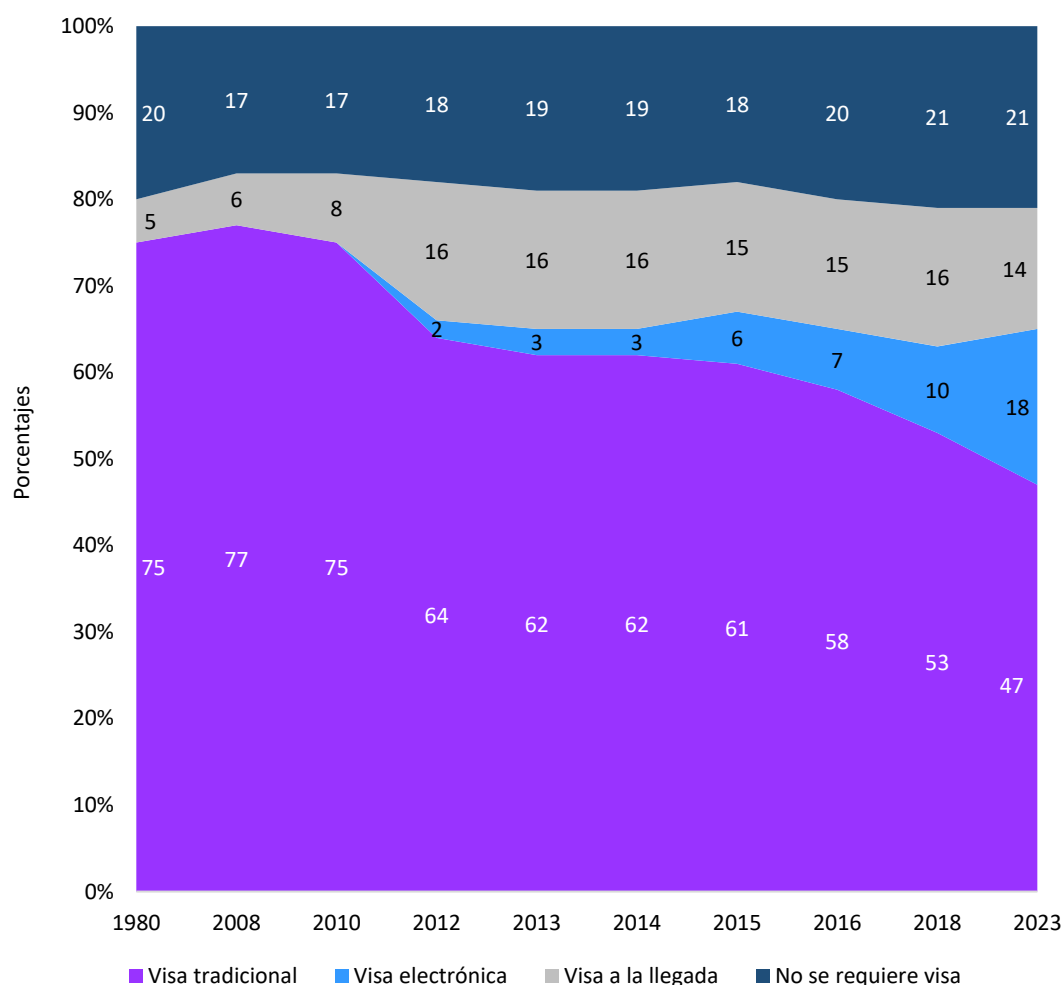


Figura 10. Mundo: población mundial sujeta a diferentes tipos de políticas de visa, en el periodo 1980-2023 (porcentajes).

Nota. Adaptado a partir de "Tourism Visa Openness Report 2023", de Unwto (2024).

A nivel regional, la adopción de eVisas ha mostrado un crecimiento notable entre 2013 y 2023, aunque con variaciones significativas entre las diferentes áreas geográficas. En 2023, la región de África lideró con el 31 % de su población utilizando eVisa, marcando un notable aumento de 30 puntos porcentuales en comparación con el 1 % en 2013. Le siguió, Asia y el Pacífico con el 20 %, representando un aumento de 14 puntos porcentuales

respecto al 6 % en 2013. Oriente Medio se situó en el tercer lugar con el 15 %, es decir, un incremento de 8 puntos porcentuales desde el 7 % en 2013. En cuanto a Europa y América, ambos presentaron incrementos de 9 puntos porcentuales. Es destacable que, en 2023, América del Sur reportó el 21 % de su población utilizando eVisas, marcando un cambio notable ya que en 2013 no se registraba su uso en esta región.

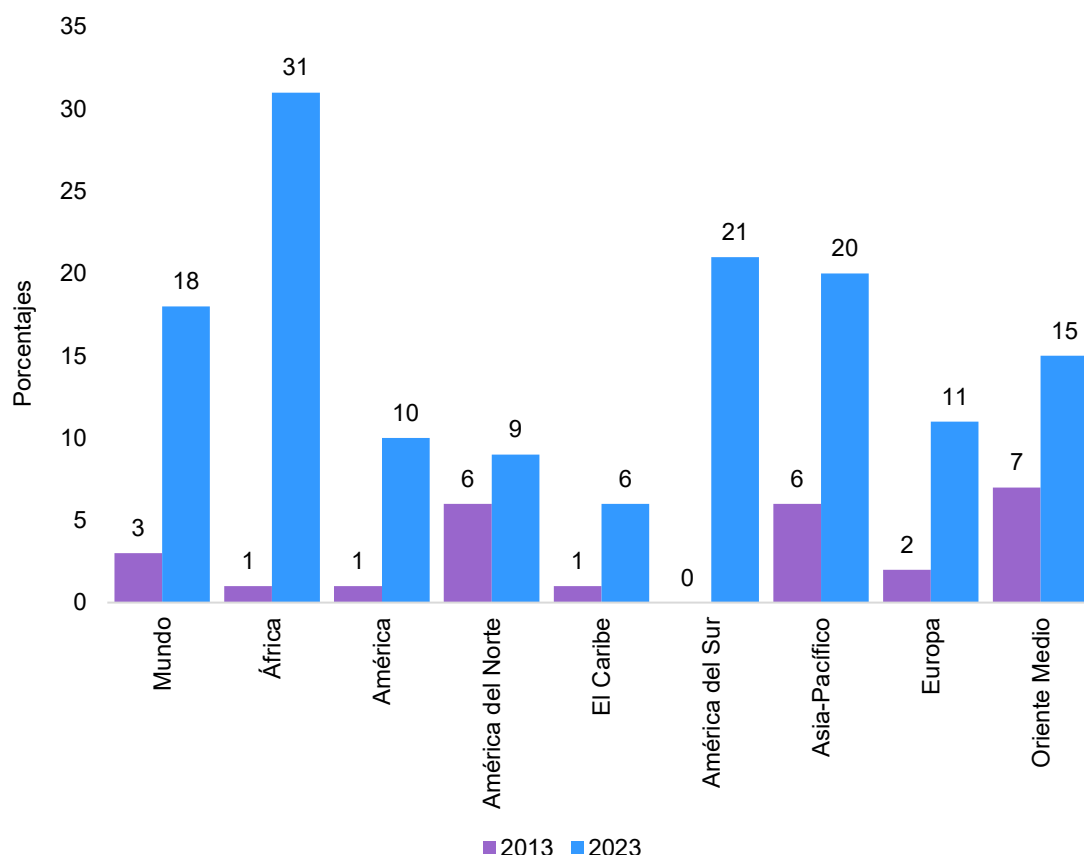


Figura 11. Mundo: población mundial sujeta a eVisa, según regiones, en 2013 y 2023 (porcentajes).

Nota. Adaptado a partir de "Tourism Visa Openness Report" de los años 2013 y 2023, de Unwto (2024; 2013).

Al respecto, según la Encuesta Global de Pasajeros de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA, por su denominación en inglés), los viajeros muestran una mayor disposición hacia los procesos electrónicos si estos resultan en una simplificación de los trámites de visa. De hecho, el 66 % de los encuestados informó preferir obtener una visa en línea antes de viajar. En contraste, el 20 % opta por acudir al consulado o embajada, mientras que el 14 % prefiere gestionarla directamente en el aeropuerto (IATA, 2023a).

Por otro lado, los datos biométricos están redefiniendo los estándares de identificación en los aeropuertos. Continuando con los hallazgos de la encuesta de IATA, el 46 % reveló que utilizó sus datos biométricos en el aeropuerto, marcando un aumento significativo comparación con el 34 % registrado en 2022. Adicionalmente, el 75 % de los viajeros informó preferir la identificación biométrica por encima de los métodos tradicionales como pasaportes y tarjetas de embarque (IATA, 2023a).

En una visualización futura de los viajes, con la experiencia digital respaldada por identificación biométrica, se espera que los pasaportes compartan su pasaporte digital con la aerolínea para confirmar y asignar asientos vía mensajes, reduciendo la necesidad de tarjetas de embarque físicas. Asimismo, aquellos que opten por compartir datos biométricos podrán atravesar el aeropuerto sin contacto, beneficiándose de puertas biométricas que agilizan los procesos de seguridad y embarque. Cabe resaltar que IATA y sus colaboradores llevaron a cabo el primer viaje totalmente integrado, desde la compra de vuelos hasta la llegada, utilizando identidad digital en un vuelo desde Londres a Roma (IATA, 2023b).

En la actualidad, adaptarse a las tendencias de digitalización es crucial para los procesos migratorios. La implementación prioritaria de eVisas se alinea con este avance, mejorando la accesibilidad y eficiencia en los trámites de visado. Al unir esto con acuerdos regionales que estandarizan los procedimientos, se facilita el acceso a las visas, promoviendo la movilidad y la colaboración transfronteriza. Estas estrategias no solo optimizan las políticas migratorias de los destinos, sino que también fortalecen su atractivo turístico, impulsando el crecimiento del sector y garantizando niveles óptimos de seguridad (UNWTO, 2024).

Referencias

- ACKO. (30 de abril de 2024). E- Visa: Requirements, Benefits and Application Process. <https://www.acko.com/visa/e-visa/>
- IATA. (25 de octubre de 2023a). Speed and Convenience Top Priority for Passengers. <https://www.iata.org/en/pressroom/2023-releases/2023-10-25-01/>
- IATA. (25 de octubre de 2023b). First Integrated Shopping to Travel Journey Using Digital Identity. <https://www.iata.org/en/pressroom/2023-releases/2023-10-25-02/>
- ICAO. (2010). eVisas: The time is now. <https://www.icao.int/meetings/amc/mrtdsymposium2010/documentation/lyle.pdf>
- UNWTO. (2013). Tourism visa openness report: Visa facilitation as means to stimulate tourism growth. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284415731>
- UNWTO. (2024). Tourism Visa Openness Report 2023. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284425044>

4. Creciente interés en el turismo sostenible

El futuro del turismo sostenible se dirige hacia el turismo regenerativo, una evolución más allá de las prácticas sostenibles convencionales. Esta tendencia emergente promueve un enfoque holístico que busca mejorar los destinos a largo plazo, tanto ambiental como culturalmente. Según los hallazgos de una encuesta realizada por Booking, en 2022, el 78 % de los viajeros encuestados revelaron su intención de hospedarse en un alojamiento sostenible al menos una vez en el próximo año. Esta cifra representa un incremento notable de 16 puntos porcentuales en comparación con el 62 % registrado en 2016.

Tras el impacto global de la pandemia de COVID-19, se ha observado un marcado resurgimiento en el interés hacia el turismo sostenible, una modalidad que busca equilibrar los impactos económicos, sociales y medioambientales inherentes a la industria turística.

Según datos de Booking para 2022, un notable 78 % de los viajeros planea alojarse al menos una vez en un establecimiento sostenible en el próximo año, reflejando un incremento desde el 62 % registrado en 2016. Además, se han registrado mejoras significativas en la gestión sostenible del agua y la energía en el sector, con reducciones del 31 % y 28 %, respectivamente, entre 2010 y 2021. Sin embargo, el horizonte del turismo sostenible apunta hacia el turismo regenerativo, que prioriza la revitalización a largo plazo del entorno natural y la preservación cultural. Destacan en este ámbito las iniciativas en Nueva Zelanda y Filipinas, así como los proyectos comunitarios en Masai Mara, Kenia, enfocados en la restauración de ecosistemas y el apoyo a las tradiciones culturales locales.

A consecuencia de las múltiples repercusiones derivadas de la pandemia de COVID-19, existe un creciente reconocimiento de la importancia de las acciones individuales y de las empresas dentro del turismo (Trip.com, 2022). En este contexto, el turismo sostenible se presenta como una aspiración que busca abordar de manera integral los efectos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros. Esta modalidad no solo gestiona de manera eficaz los recursos ambientales, sino que también impulsa beneficios socioeconómicos justos, como empleo y oportunidades de ingresos para las comunidades locales, al mismo tiempo que se respeta la autenticidad sociocultural y patrimonio cultural de estas comunidades (UNWTO, s.f.).

A partir de una encuesta aplicada a 30 314 individuos en 32 países y territorios, Booking ha obtenido una relevante visión global de la intención de los turistas de alojarse en alojamientos sostenibles. Según los hallazgos de la encuesta, en 2022, el 78 % de los viajeros encuestados revelaron su intención de hospedarse en un alojamiento sostenible al menos una vez en el próximo año. Esta cifra representa un incremento notable de 16 puntos porcentuales en comparación con el 62 % registrado en 2016, como se observa en la Figura 12. Es relevante destacar que en 2021 se alcanzó el punto más alto, con un 81 % de los turistas mostrando interés en hospedajes sostenibles.

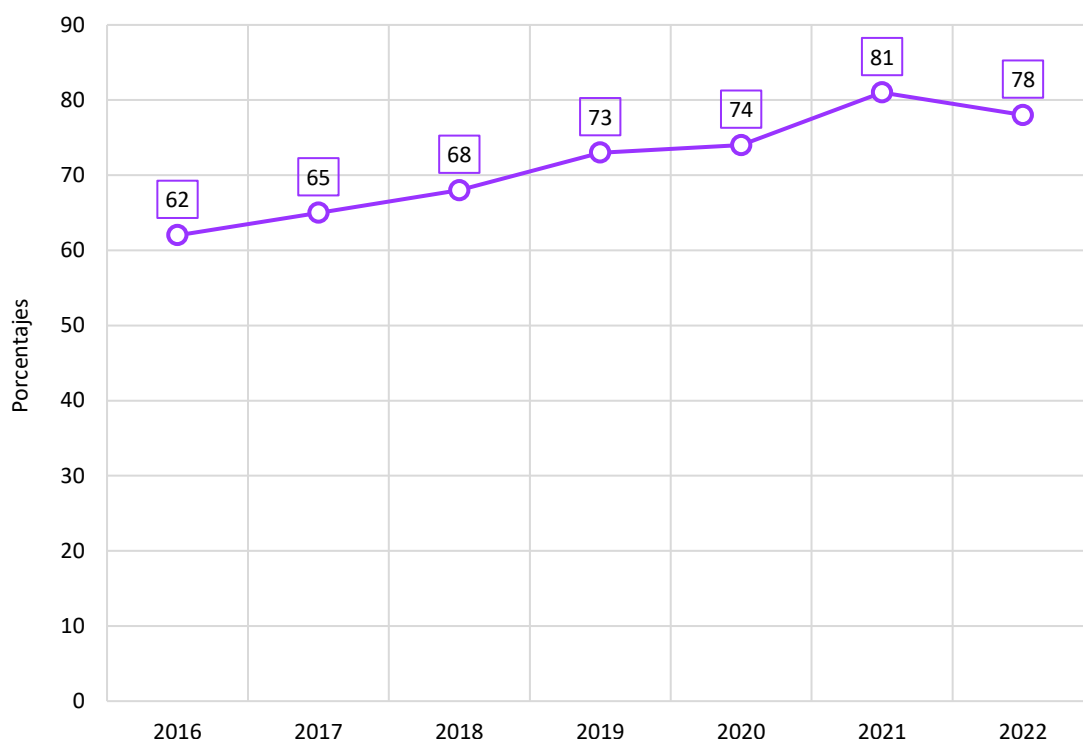


Figura 12. Mundo: porcentaje de viajeros globales que tienen la intención de alojarse en un alojamiento sostenible al menos una vez en el próximo año, en el periodo 2016-2022 (porcentajes).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de los informes "Sustainable Travel Report" en 2021 y 2022, de Booking.com (2021; 2022).

La creciente demanda de prácticas sostenibles en la industria de viajes está impulsando a las empresas a adoptar políticas eco-amigables, influenciadas tanto por las preferencias de los consumidores como por legislaciones emergentes. Por ejemplo, cadenas hoteleras como Marriott y Hyatt están eliminando los artículos de tocador de un solo uso, y otras, como Four Seasons, Hyatt y Disneyland, están incorporando estaciones de recarga de agua. Estas decisiones responden directamente a la demanda del mercado, ya que estudios muestran que una mayoría de los viajeros prefieren y están dispuestos a pagar más por alojamientos que priorizan prácticas sostenibles (Razgaitis, 2023).

De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), en 2021, la huella hídrica del sector de viajes y turismo a nivel mundial alcanzó los 134 000

millones de m³. Este volumen de agua consumida directa o indirectamente⁽¹⁾ por la industria, representó el 0,6 % del uso mundial del agua en 2021 (WTTC, 2023). Dentro del uso total de agua dulce en este sector, 26 000 millones de m³ corresponde al uso directo del agua dentro de las empresas de viajes y turismo y 108 000 millones de m³ del uso de agua de la cadena de valor del sector. Esto representó un descenso del 31 % en comparación con los 195 000 millones de m³ en 2010. Entre 2019 y 2021, la región de Asia-Pacífico registró una modesta reducción del 48 %, descendiendo de 136 200 millones de m³ de agua a 70 200 millones de m³, como se muestra en la Figura 13. Seguido de la región de África con una disminución del 39 %, y tanto Europa como Oriente Medio presentaron descensos del 33 %. Por su parte, la región de América experimentó una disminución del 31 % en el mismo periodo.

(1) El uso indirecto de la huella hídrica del sector de viajes y turismo se extiende a través de su cadena de suministro, incluyendo la agricultura y la producción de alimentos.

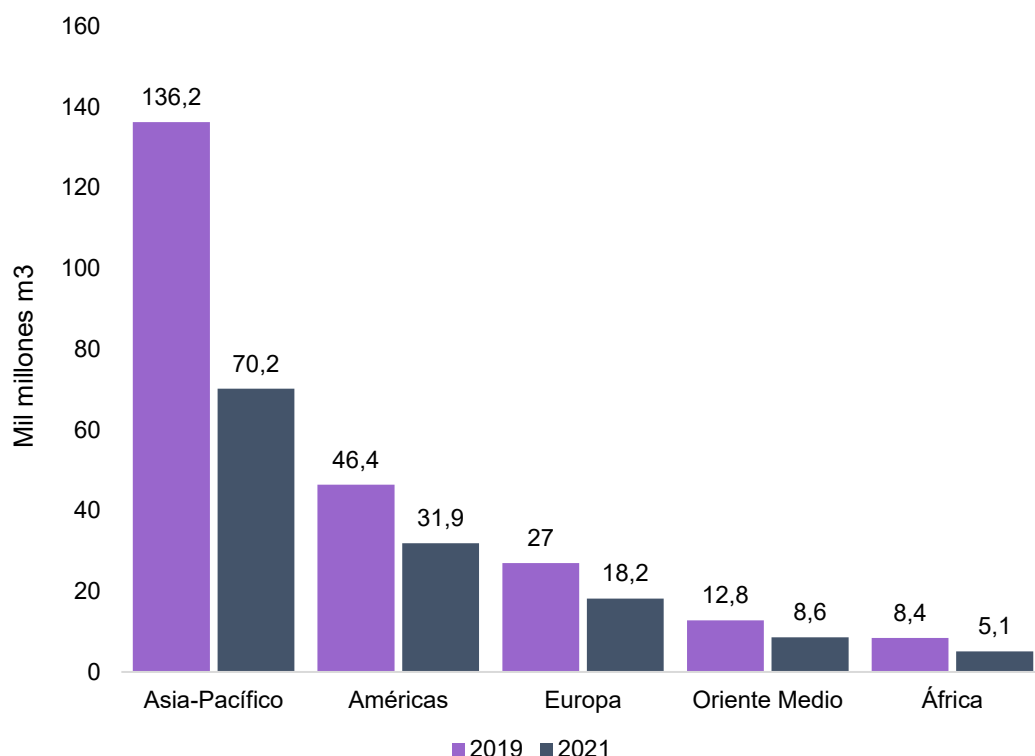


Figura 13. Mundo: huella hídrica de viajes y turismo, según región, en 2019 y 2021 (mil millones de m³ de agua).

Nota. Adaptado a partir de "The Environmental Impact of Global Tourism", de WTTC (2023, pág. 31).

Durante el periodo 2010-2021, el consumo energético del sector de viajes y turismo, considerando tanto el consumo directo como el asociado a sus cadenas de suministro, disminuyó en un 28 %, descendiendo de 47,4 millones de TJ en 2010 a 33,9 millones de TJ de energía en 2021. A nivel regional, en 2021, las regiones con mayor consumo de energía por dólar fue África con 18,1 MJ; por el contrario, la región con menor consumo fue Europa con 6 MJ. Por otro lado, entre 2010 y 2021, las regiones con mayor reducción en la intensidad energética fueron América (23 %), Europa (22 %), y Asia y el Pacífico (22 %). Le siguieron África y Oriente Medio, con reducciones del 15 % y 8 %, en el periodo mencionado, como se ilustra en la Figura 14.

El siguiente gran paso del turismo sostenible es el turismo regenerativo, enfocado principalmente en la revitalización de entornos naturales y comunidades locales por encima de las prácticas sostenibles tradicionales. Esta tendencia emergente promueve un enfoque holístico que busca mejorar los destinos a largo plazo, tanto ambiental como culturalmente. Se centra en la restauración ambiental, apoyando la reactivación de ecosistemas a través de acciones como la reforestación y conservación de la vida silvestre, y en la preservación cultural, promoviendo el intercambio y respeto de tradiciones locales (MWT, 2023; Fastco Works, 2023).

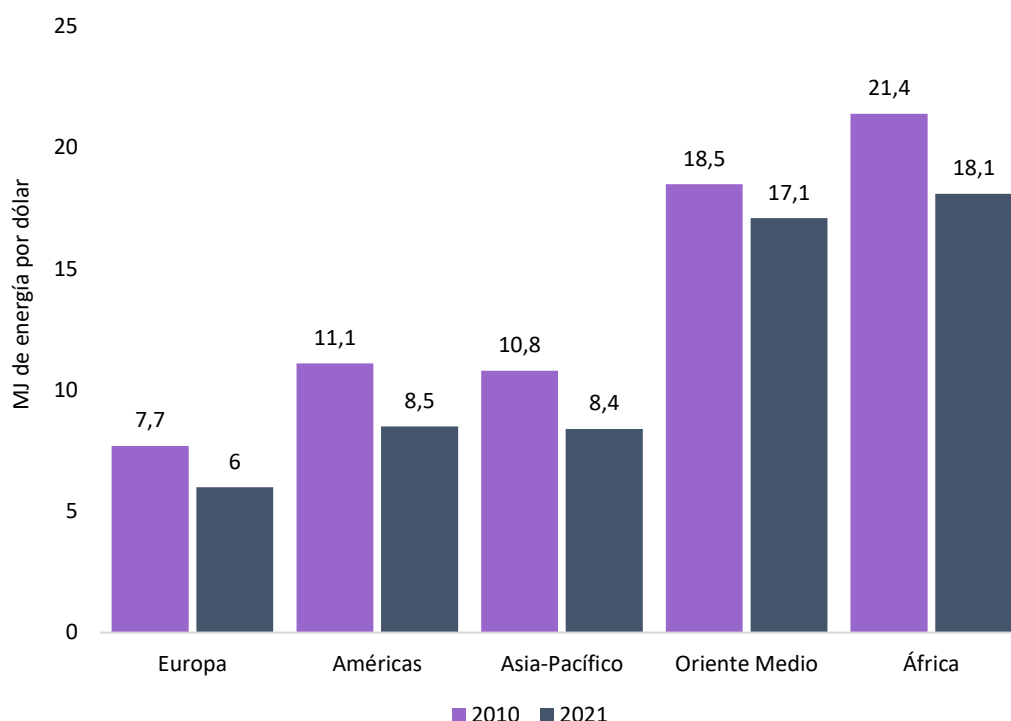


Figura 14. Mundo: intensidad energética de viajes y turismo, según región, en 2010 y 2021 (MJ de energía por dólar, a precios del año 2021).

Nota. Adaptado a partir de "The Environmental Impact of Global Tourism", de WTTC (2023, pág. 23).

Nueva Zelanda y Filipinas son ejemplos destacados de viajes regenerativos. En Nueva Zelanda, se promueve la "promesa de Tiaki", una iniciativa que anima a los visitantes a cuidar el entorno y respetar la cultura local. Filipinas, por su parte, ha impulsado el "juramento por un Boracay mejor" a los visitantes de esa isla, tras cerrarla durante seis meses para su regeneración y convertirla en un destino más sostenible. En Masai Mara, Kenia, un albergue de lujo ofrece a los huéspedes la oportunidad de plantar árboles y colabora estrechamente con la comunidad local para conservar la tierra y la vida silvestre, apoyando también el cultivo local para su gastronomía (WTTC, 2023).

Por último, a medida que los viajeros se vuelven más conscientes y comprometidos con prácticas sostenibles, la industria del turismo

tiene el desafío y la responsabilidad de adaptarse y evolucionar hacia modelos más responsables y respetuosos. En ese sentido, los gobiernos tienen la responsabilidad de propiciar la financiación de proyectos de turismo sostenible que apoyen la conservación de la vida silvestres y fuentes de energía renovable para instalaciones de alojamiento, establecer asociaciones con partes interesadas locales, como ONGs, operadores turísticos y la comunidad, para crear conciencia pública a través de campañas educativas y capacitaciones para empresas turísticas. Además, ofrecer incentivos y certificaciones para las empresas sostenibles e invertir en infraestructura inteligente y ecológica son pasos cruciales. Estas medidas promoverán el turismo sostenible, apoyarán a las comunidades locales y protegerán el medio ambiente (ThridView, 2023).

Referencias

- Booking.com. (2021). 2021 Sustainable Travel Report. <https://news.booking.com/download/1038417/global sustainable travel report-en.pdf>
- Booking.com. (2022). 2022 Sustainable Travel Report. <https://globalnews.booking.com/download/1161485/booking.com sustainable travel report 2022 final.pdf>
- Fastco Works. (28 de noviembre de 2023). Can regenerative tourism shape the future of travel? <https://fastcompany.com/fastco-work/can-regenerative-tourism-shape-the-future-of-travel/>
- MWT. (1 de septiembre de 2023). Beyond tourism: The future of regenerative travel. <https://www.mccabeworld.com/stories/the-future-of-regenerative-travel>
- Razgaitis, R. (18 de agosto de 2023). Sustainability drives consumer choice for travelers. Forbes: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/08/18/sustainability-drives-consumer-choice-for-travelers/>
- ThridView. (26 de junio de 2023). Supporting Sustainable Tourism for Thriving Economies. <https://thirdview.info/2023/06/26/supporting-sustainable-tourism-for-thriving-economies/>
- Trip.com. (2022). Sustainable Travel Consumer Report 2022. <https://pages.trip.com/images/group-home/media/downloads/Sustainable%20travel%20consumer%20report.pdf>
- UNWTO. (s.f.). Sustainable development. Recuperado 27 de marzo de 2024, de <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- WTTC. (octubre de 2023). The Environmental Impact of Global Tourism. <https://globaltravelfootprint.wttc.org/reports/TheEnvironmentalImpactofGlobalTourismOct2023.pdf>
- WTTC. (14 de junio de 2023). What are the benefits of regenerative travel & tourism? <https://travelhub.wttc.org/blog/what-is-regenerative-travel>
- WTTC. (23 de marzo de 2023). WTTC revela por primera vez la huella hídrica mundial del sector de Viajes y Turismo. <https://wttc.org/news-article/wttc-revela-por-primera-vez-la-huella-hidrica-mundial-del-sector-de-viajes-y-turismo>

5. Mayor uso de plataformas en línea para viajes

Para 2030, se espera que el mercado mundial de viajes online alcance un valor de 1,92 billones de dólares, duplicando su valor desde los 0,96 billones de dólares en 2022. Entre los principales factores que impulsarán el mercado de reservas en línea, se encuentran la transformación digital, la conectividad global, la Inteligencia Artificial, la realidad aumentada, la demanda de opciones de reservas flexibles y los modelos de suscripción en las plataformas de viajes. Cabe mencionar que durante el periodo 2017-2022, se ha observado una tendencia ascendente en la participación del canal de venta online en el mercado mundial de viajes y turismo, pasando de representar el 60 % en 2017 al 68 % en 2022. A nivel de América Latina, las reservaciones de viajes online han presentado un aumento de ocho puntos porcentuales en el periodo 2019-2022, incrementándose del 45 % al 53 %.

En la era digital actual, la planificación de viajes ha experimentado un cambio significativo, desplazándose de la interacción directa con agentes y guías turísticos hacia el uso predominante de plataformas en línea como Expedia, Booking.com y Airbnb. Entre 2017 y 2022, la participación de las reservas de viajes en línea aumentó del 60 % al 68 %; y se prevé que para 2027, las reservas en línea representarán el 74 % de los ingresos totales por viajes y turismo. En América Latina, las reservas de viajes en línea crecieron del 45 % al 53 % entre 2019 y 2022. Se espera que el mercado global de viajes en línea se vea impulsado por la transformación digital, la conectividad global y la adopción de tecnologías como la Inteligencia Artificial y la realidad aumentada. Asia y el Pacífico, con China e India a la cabeza, se identifican como las regiones con mayor potencial de crecimiento. Según Deloitte, la intención de reservar vuelos y hoteles en línea aumentó un 50 % en septiembre de 2021 en comparación con el año anterior. Para 2023, se estima que 700 millones de personas realizarán reservas de viajes en línea, y el 83 % de los adultos estadounidenses prefieren esta modalidad.

En el contexto digital actual, la planificación y reservas de viajes ha cambiado notablemente desplazándose de una interacción interpersonal del turista con agentes de viajes locales o guías turísticos hacia un creciente uso de plataformas en línea para la reserva de vuelos y hoteles (Nadeem, 2023). A nivel mundial, las plataformas líderes como Expedia, Booking.com y Airbnb han emergido como opciones económicas preferidas por los viajeros, intensificando la competencia global en el sector turístico. Esta evolución ha impulsado a las empresas a adaptar y optimizar sus estrategias para satisfacer la creciente demanda de reservas en línea (Shariffuddin y otros, 2023).

Durante el periodo 2017-2022, se ha observado una tendencia ascendente en la participación del canal de venta *online* en el mercado mundial de viajes y turismo, pasando de representar el 60 % en 2017 al 68 % en 2022, como se muestra en la Figura 15. De manera simultánea, la participación *offline*, referido a la reserva de viajes contacto cara a cara con los agentes de viaje y guías turísticos, descendió del 40 % al 32 % durante el mismo lapso. Para 2027, se estima que el canal online represente el 74 % en la participación de los ingresos por ventas por viajes y turismo; es decir, un incremento de 14 puntos porcentuales respecto a la cifra del año 2017.

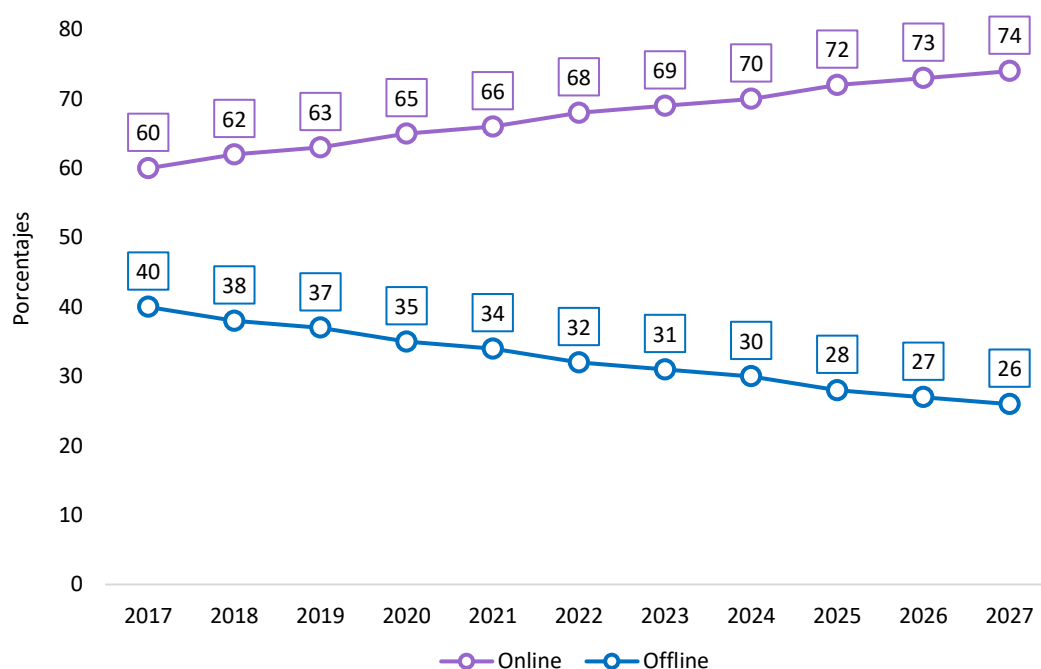


Figura 15. Mundo: participación en los ingresos de los canales de ventas en el mercado mundial de viajes y turismo, en el periodo 2017-2027 (porcentajes).

Nota. Las cifras en el periodo 2023-2027 son proyecciones. Datos de Statista Mobility Market Insights. Adaptado a partir de Ecommercedb (2023).

En el mercado de América Latina, las reservaciones de viajes *online* han presentado un aumento de ocho puntos porcentuales en el periodo 2019-2022, incrementándose del 45 % al 53 %, como se muestra en la Figura 16.

Cabe mencionar que, en 2021, los proveedores directos, como aerolíneas y hoteles, gestionaron el 55 % de las compras de viajes *online*, mientras que las agencias de viajes *online* (OTA) manejaron el 45 % (Ebanx, 2023).

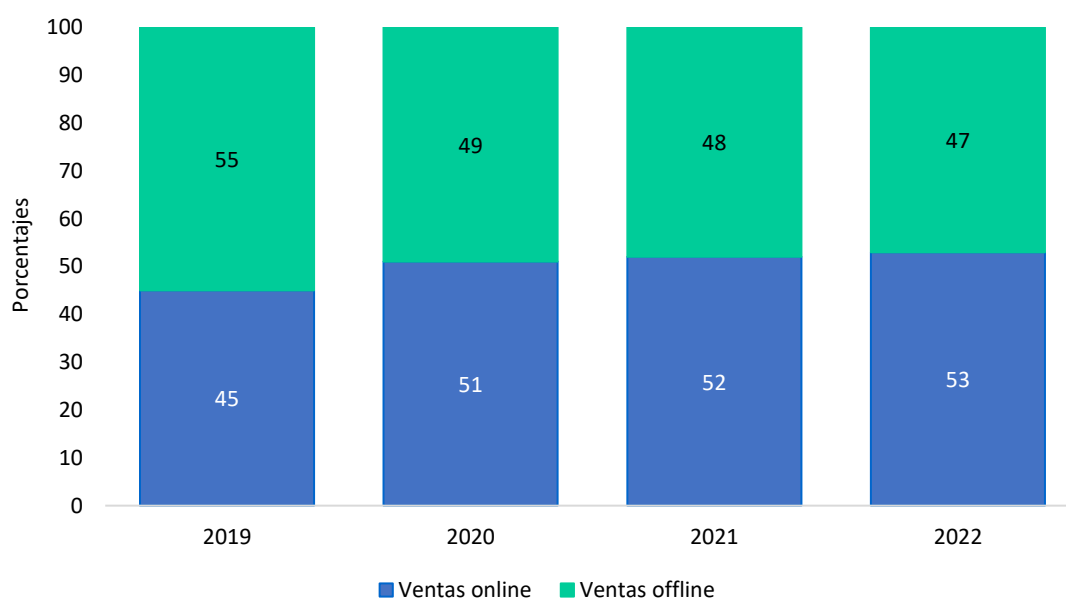


Figura 16. América Latina: ventas de viajes de turismo, en el periodo 2019-2022 (porcentajes).

Nota. Adaptado de "Beyond Borders 2022/2023 Study", de Ebanx (2023).

Para 2030, se espera que el mercado mundial de viajes online alcance un valor de 1,92 billones de dólares, duplicando su valor desde los 956 000 millones de dólares en 2022, según la Figura 17. Entre los principales factores que impulsarán el mercado de reservas en línea, se encuentran la transformación digital y la amplia conectividad global, que facilitarán que los viajeros accedan a plataformas digitales para planificar y reservar sus viajes. Otro factor es la

incorporación de tecnologías avanzadas, como la Inteligencia Artificial y la realidad aumentada, que enriquecerán la experiencia del usuario en la navegación para reservaciones de viaje. Adicionalmente, la demanda de opciones de reserva flexibles y modelos de suscripción en las plataformas que ofrecen ventajas y descuentos exclusivos seguirán contribuyendo al crecimiento sostenido de este mercado (Globe Newswire, 2024).

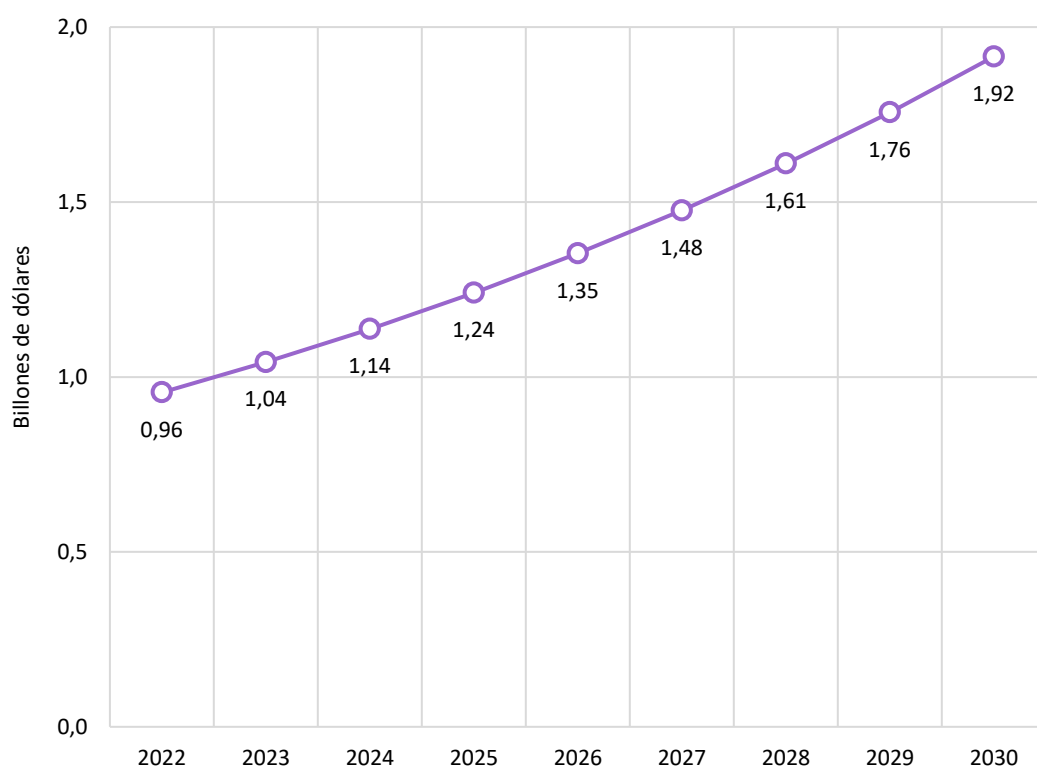


Figura 17. Mundo: tamaño del mercado mundial de viajes online, en el periodo 2022-2030 (billones de dólares).

Nota. Adaptado de Statista (2023).

En línea con lo señalado anteriormente, según el informe del mercado mundial de viajes en línea 2022-2027 de ResearchAndMarkets, se proyectó que el tamaño del mercado mundial de viajes en línea irá creciendo con una tasa de 10,58 % en dicho periodo; además, se señaló que la región de Asia y Pacífico tiene el mayor potencial de crecimiento en el sector de las reservas de viajes en línea, liderado por China e India (Globe Newswire, 2022).

Al respecto, el estudio de Deloitte, sobre una encuesta relacionada con viajes en vacaciones, se destaca que la intención del consumidor de volar y reservar hoteles en línea aumentó un 50 % en septiembre de 2021 respecto a septiembre de 2020 (Deloitte, 2021).

Otro dato relevante es que, para el año 2023, se esperó que 700 millones de personas hayan realizado reservas de viajes en línea, reflejando una preferencia significativa, ya que el 83 % de los adultos estadounidenses expresan su deseo de reservar sus viajes de esta manera. Curiosamente, el 72 % de las reservas hechas desde dispositivos móviles ocurren dentro de las 48 horas siguientes a búsquedas de última hora, indicando una

tendencia hacia la planificación espontánea. Además, el 82 % de todas las reservas de viaje a nivel mundial en 2018, se realizaron sin ninguna interacción humana, destacando una preferencia creciente por la autonomía en la planificación de viajes. En ese sentido, se estimó que, anualmente, se efectúan más de 148 millones de reservas de viajes, y el 70 % de los clientes utilizan sus smartphones para investigar, lo que subraya la importancia de las plataformas en línea y móviles en el sector turístico (Thomas, 2022).

Referencias

- Deloitte. (3 de noviembre de 2021). 2021 Deloitte holiday travel survey. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/transportation/holiday-travel-plans-survey-2021.html>
- Ebanx. (2023). Beyond Borders 2022/2023 Study. <https://business.ebanx.com/en/beyond-borders-2023>
- Ecommercedb. (18 de julio de 2023). Online Revenue in Travel & Tourism Will Grow Substantially by 2027. <https://ecommercedb.com/insights/online-revenue-in-travel-tourism-will-grow-substantially-by-2027/4558>
- Globe Newswire. (15 de febrero de 2022). Global Online Travel Market Report 2022-2027 Featuring Airbnb, Expedia, Booking.com, Trip Advisor, Trip.com, MakeMyTrip, Hostelworld, Trivago, Despegar.com, & Lastminute.com. <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/02/15/2384920/28124/en/Global-Online-Travel-Market-Report-2022-2027-Featuring-Airbnb-Expedia-Booking-com-Trip-Advisor-Trip-com-MakeMyTrip-Hostelworld-Trivago-Despegar-com-Lastminute-com.html>
- Globe Newswire. (27 de febrero de 2024). Global Online Travel Booking Market Size/Share Worth USD 1589.6 Billion by 2032 at a 12.6% CAGR: Custom Market Insights (Analysis, Outlook, Leaders, Report, Trends, Forecast, Segmentation, Growth, Growth Rate, Value). <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2024/02/27/2836145/0/en/Latest-Global-Online-Travel-Booking-Market-Size-Share-Worth-USD-1589-6-Billion-by-2032-at-a-12-6-CAGR-Custom-Market-Insights-Analysis-Outlook-Leaders-Report-Trends-Forecast-Segment.html>
- Nadeem, A. (16 de octubre de 2023). Digital Age's Impact on Wanderlust: Transforming Travel with Technology. Medium: <https://medium.com/@ahmadfalcon0/digital-ages-impact-on-wanderlust-transforming-travel-with-technology-1578bb11e667>
- Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., Yahya, N. E., & Hafiz, M. H. (agosto de 2023). Navigating the tourism digital landscape: The interrelationship of online travel sites' affordances, technology readiness, online purchase intentions, trust, and E-loyalty. *Heliyon*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19135>
- Statista. (12 de octubre de 2023). Tamaño del mercado de viajes online a nivel mundial entre 2022 y 2030. <https://es.statista.com/estadisticas/630833/tamano-del-mercado-mundial-de-viajes-online/>
- Thomas, J. (4 de enero de 2022). Over 60 Online Travel Booking Statistics (2022). Stratos Jet Charters: <https://www.stratosjets.com/blog/online-travel-statistics/>

6. Disminución de barreras arancelarias para el libre comercio

En el periodo 1996-2021, el arancel promedio simple aplicado por los miembros de la OMC bajo el principio de Nación Más Favorecida (NMF) ha experimentado una reducción del 44 %, descendiendo del 13,2 % al 7,4 %. Asimismo, los aranceles NMF aplicados sobre una base ponderada en función del comercio ha registrado una disminución del 48 %, pasando del 7,1 % al 3,7 %, en el mismo periodo. Al considerar el promedio ponderado de los aranceles efectivos aplicados, bajo la suposición de una plena utilización de los aranceles preferenciales se evidenció una disminución, aún más marcada, del 63 %, pasando del 6,8 % al 2,5 % entre 1996 y 2021. Durante el periodo 2006-2021, los aranceles NMF para productos agrícolas experimentaron una disminución de 1,3 puntos porcentuales, pasando de 16,1 % a 14,8 %; mientras que, los aranceles NMF para productos no agrícolas (industriales) presentaron una disminución en 1,2 puntos porcentuales, pasando de 9,2 % a 8,0 %, en el mismo periodo.

La reducción de barreras arancelarias ha sido una estrategia clave para promover el libre comercio y la cooperación económica internacional. Según la OMC, entre 1996 y 2021, los aranceles promedio simples y ponderados han disminuido en un 44 % y 48 %, respectivamente, evidenciando una tendencia hacia la liberalización comercial. Esta disminución ha sido más pronunciada en los aranceles preferenciales otorgados por países desarrollados a países en desarrollo y en acuerdos comerciales regionales, que han caído un 63 %. No obstante, en 2021, los aranceles para productos agrícolas eran significativamente más altos que el promedio general, con cereales y preparaciones alcanzando el 21,8 %. A pesar de los desafíos globales y el aumento del proteccionismo, países como China han mostrado compromiso con la apertura económica, reduciendo sus aranceles del 15,3 % en 2001 al 7,3 % en 2023 y extendiendo beneficios arancelarios a naciones menos desarrolladas. En este contexto, países como Perú buscan fortalecer sus lazos comerciales, planeando cerrar Tratados de Libre Comercio con India, Hong Kong y Tailandia en 2024, y modernizando su acuerdo comercial con China durante APEC 2024.

En un mundo cada vez más interconectado, la reducción de barreras arancelarias se presenta como una estrategia esencial para promover el libre comercio y la cooperación económica internacional. Además, las reducciones arancelarias en áreas de libre comercio no solo facilitan un intercambio comercial más fluido, sino que también generan un ambiente propicio para la inversión, potenciando así el crecimiento económico y la prosperidad compartida entre naciones (Faster Capital, 2024).

Existe una evolución significativa en los promedios arancelarios NMF (Nación Más Favorecida) para productos agrícolas e industriales (no agrícolas) a lo largo de los años. Los aranceles NMF son los aranceles aduaneros que un país aplica de manera equitativa a las importaciones provenientes de todos los otros miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), a menos que exista un acuerdo comercial preferencial que estipule condiciones más favorables.

De acuerdo con los datos de la OMC, se ha observado una tendencia hacia la disminución en los aranceles durante el periodo 1996-2021, tal y como se muestra en la Figura 18. En el mencionado periodo, el arancel promedio simple aplicado por los miembros de la OMC bajo el principio de NMF, el cual proporciona una visión general de los niveles arancelarios de un país sin considerar la importación relativa de cada producto en su comercio, ha experimentado una reducción del 44 %, descendiendo del 13,2 % al 7,4 %. Asimismo, el análisis de los aranceles NMF aplicados sobre una base ponderada en función del comercio, el cual es un método que calcula el arancel NMF promedio aplicado en función del valor o volumen del comercio de cada producto

específico, ha registrado una disminución del 48 %, pasando del 7,1 % al 3,7 % (Snoussi-Mimouni & Drevinskas, 2023).

Durante 1996-2021, se observa una tendencia más marcada al considerar los regímenes arancelarios preferenciales, que abarcan: i) los aranceles otorgados por países desarrollados a países en desarrollo, y ii) los aranceles establecidos en acuerdos comerciales regionales. Es así como, en ese lapso, el promedio ponderado de los aranceles efectivos aplicados, bajo la suposición de una plena utilización de los aranceles preferenciales, evidenció una disminución del 63 %, pasando del 6,8 % al 2,5 % (Snoussi-Mimouni & Drevinskas, 2023).

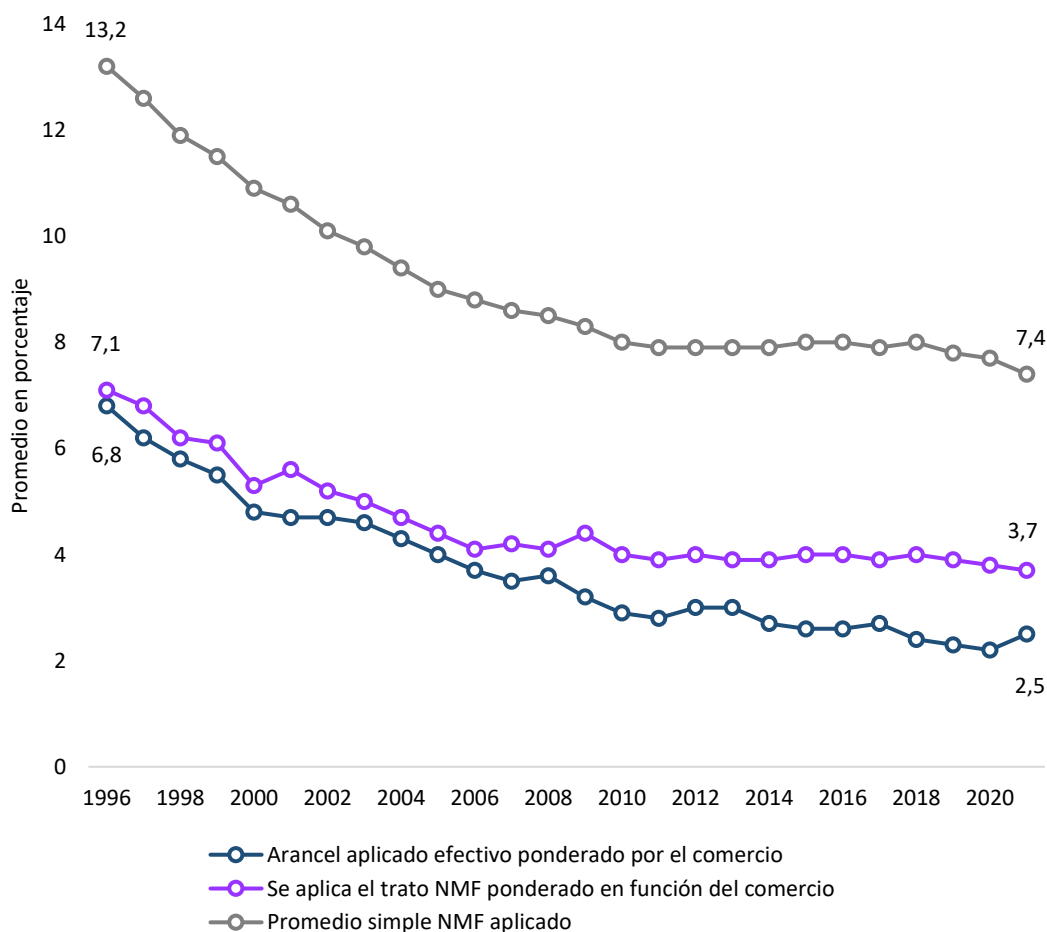


Figura 18. Mundo: aranceles promedio aplicados por los Miembros de la OMC, en el periodo 1996-2021 (promedio en porcentajes).

Nota. Los cálculos se basaron en datos disponibles sobre aranceles e importaciones de 74 miembros de la OMC (contando a la Unión Europea como uno y excluyendo el comercio dentro de la UE), que representan el 93 % del total de las importaciones mundiales. Los aranceles efectivos aplicados son los más bajos de los aranceles NMF y preferenciales aplicados por un miembro a otro. Para algunos miembros de la OMC, los datos faltantes sobre aranceles anuales o comercio o equivalente ad valorem fueron reemplazados por los datos del año más cercano disponible. Datos del WTO. Adaptado a partir de "Tariffs applied by WTO members have almost halved since 1996", de WTO (2023).

Según el tipo de segmento, en 2021, los aranceles NMF aplicados en general se ubicaron en 8,9 %. En el mismo año, los aranceles NMF promedio para productos agrícolas alcanzaron el 14,8 %; lo que representa una diferencia notable de 5,9 puntos porcentuales respecto al promedio general, tal y como se ilustra en la Figura 19. Asimismo, durante el periodo 2006-2021, los

aranceles NMF para productos agrícolas experimentaron una disminución de 1,3 puntos porcentuales desde 16,1 % en 2006; mientras que, los aranceles NMF para productos no agrícolas (industriales) se situaron en un 8,0 % en 2021, con apenas 0,9 puntos porcentuales por debajo del promedio general de aranceles y han descendido en 1,2 puntos porcentuales desde el año 2006, cuando alcanzaron 9,2 %.

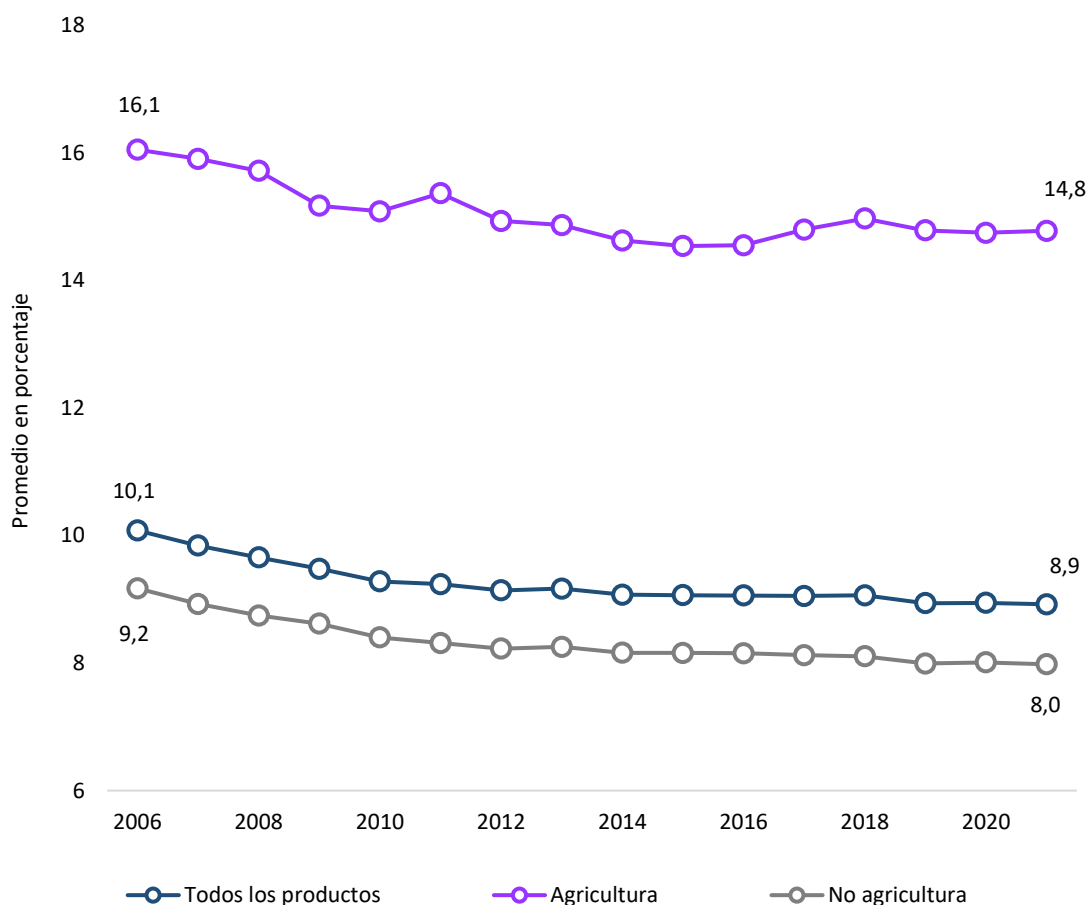


Figura 19. Mundo: aranceles NMF aplicados, según sector, en el periodo 2006-2021 (promedio simple en porcentajes).

Nota. El análisis se basa en una serie completa de datos de 130 economías hasta 2021, incluidos datos de World Tariff Profiles 2022. Datos de "World Tariff Profiles 2023". Adaptado a partir de "Key trends in world trade revealed by new classification system", de WTO (2023).

Según la Figura 20, en 2021, los productos agrícolas con mayores aranceles NMF (aranceles que los países miembros de la OMC acuerdan aplicar de manera igualitaria a todos los demás miembros, salvo que existan tratados de libre comercio o acuerdos preferenciales) fueron los cereales y

y preparaciones con 21,8 %, seguido de los productos animales con 17,5 %, y productos lácteos con 14,5 %. En cuanto a los productos industriales, los aranceles NMF más elevados en 2021 fueron para la ropa con 11,5 %, textiles con 7,6 %, cuero y calzado con 7,5 %, y pescados y productos pesqueros con 6,1 %.

Asimismo, entre 1996 y 2021, los productos agrícolas en general han experimentado una mayor reducción de aranceles en comparación con los productos industriales. Entre los aranceles ponderados NMF aplicados por el comercio a los productos agrícolas, los productos animales destacaron por experimentar la mayor reducción con 19,9 puntos porcentuales, descendiendo de 37,4 % en 1996 a 17,5 % en 2021.

Seguidamente, los cereales y preparaciones experimentaron una reducción de 18,1 puntos porcentuales, mientras que los productos lácteos mostraron una disminución de 15,2 puntos porcentuales en el mismo período. En cuanto a los productos industriales, los aranceles aplicados a textiles, maquinaria eléctrica y químicos fueron los que presentaron las mayores reducciones durante el periodo 1996-2021, con descensos de 4,1 puntos porcentuales, 3,8 puntos porcentuales y 3,3 puntos porcentuales, respectivamente.

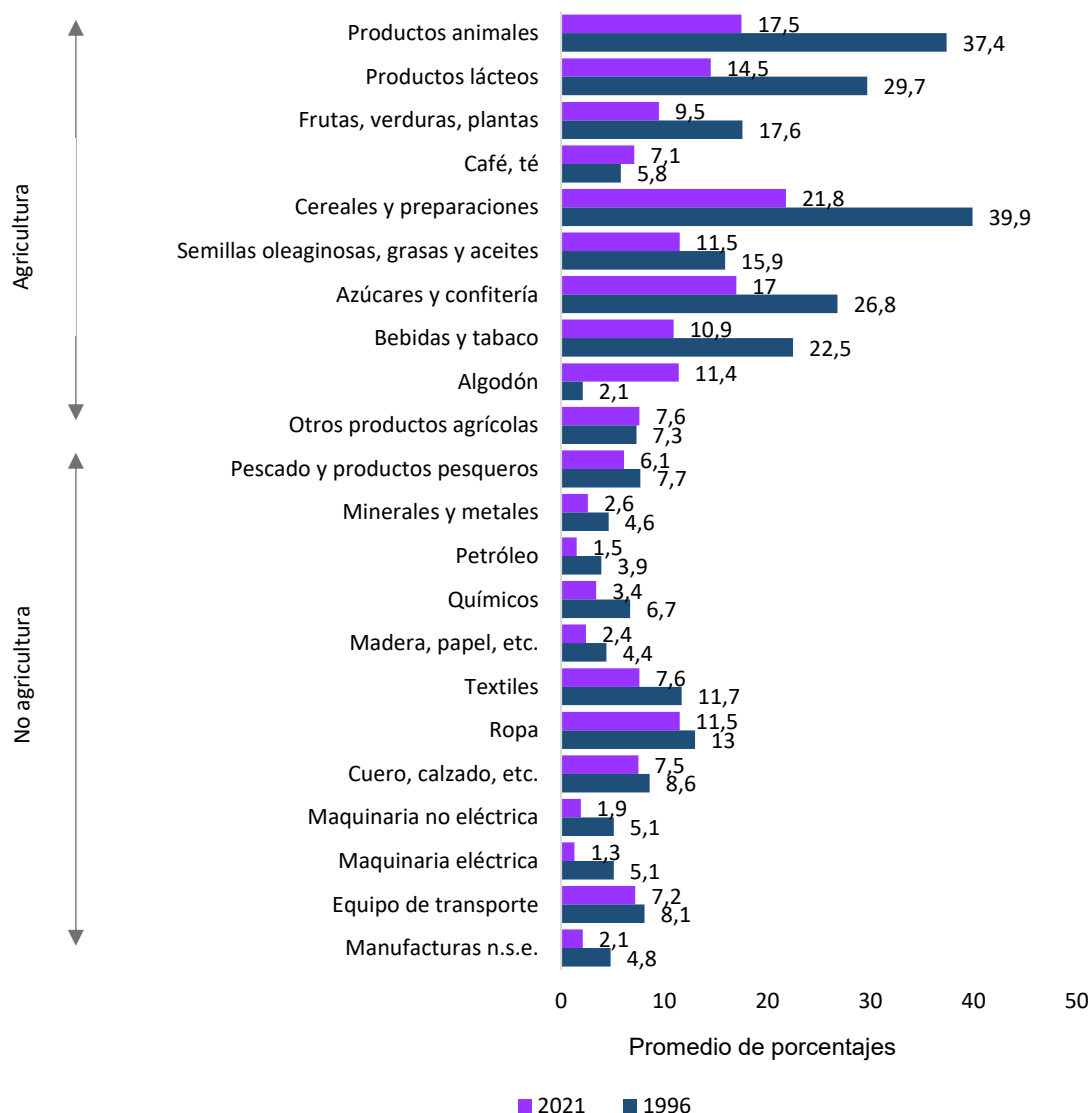


Figura 20. Mundo: aranceles promedio aplicados por los Miembros de la OMC, según sector, en 1996 y 2021 (promedio en porcentajes).

Nota. Datos del WTO. Adaptado a partir de "Tariffs applied by WTO members have almost halved since 1996", de WTO (2023).

A pesar de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, y las políticas proteccionistas, como aranceles a la importación y restricciones a la exportación, el comercio internacional ha mostrado resistencia y adaptabilidad (Richmond Jones, 2023). Cabe mencionar que China ha reducido sus aranceles con el mercado internacional, pasando del 15,3% en 2001 al 7,3% en 2023. Además, en enero de 2024, el gobierno de China anunció significativas reducciones arancelarias en más de 1010 bienes importados, entre los que se incluyen 143 productos agrícolas e industriales argentinos. Estas medidas han beneficiado a sectores clave de Argentina, como lácteos, mariscos y maíz dulce (China Daily, 2024). Estos cambios ocurren en un contexto en que el presidente Milei ha expresado su intención de cambiar el enfoque de las relaciones exteriores del país con China (Zyrene, 2024). A pesar de ello, es poco probable que la relación agrícola entre ambos países se vea afectada, dada su importancia para ambos países (Lewkowicz, 2024).

Entre tanto, el Perú tiene planes de cerrar Tratados de Libre Comercio (TLC) con India, Hong Kong y Tailandia en 2024, mientras avanza en la modernización del acuerdo comercial con China. Durante APEC 2024, se anticipa concluir las negociaciones con China, continuar con las conversaciones con India e iniciar diálogos para un acuerdo con Indonesia (El Peruano, 2023).

Finalmente, los acuerdos de libre comercio han demostrado ser instrumentos claves para mejorar el bienestar económico y social de los países involucrados. Más allá de la reducción o eliminación de aranceles, estos acuerdos ofrecen superar barreras comerciales, permitiendo a las empresas utilizar mejor sus recursos y ofrecer productos a precios competitivos. Aunque estos acuerdos pueden reducir los ingresos gubernamentales por aranceles, se compensa con el acceso a mercados protegidos, beneficiando las exportaciones y generando mayores ingresos para las empresas regionales. Esta dinámica no solo eleva su competitividad, sino que también reduce su dependencia de los subsidios gubernamentales (Al-Sadoun, 2023).

Referencias

- Al-Sadoun, A. (5 de mayo de 2023). Free Trade Agreements are Key to Economic Prosperity in Today's World. Washington International Trade Association: <https://www.wita.org/blogs/free-trade-agreements-prosperity/>
- China Daily. (12 de enero de 2024). Tariff reductions show country continues to open its market. <https://www.chinadaily.com.cn/a/202401/12/WS65a07760a3105f21a507be14.html>
- Drevinskis, E., Ng Shing, E., & Yu, D. (14 de julio de 2023). Key trends in world trade revealed by new classification system. WTO: https://www.wto.org/english/blogs_e/data_blog_e/blog_dta_14jul23_e.htm
- El Peruano. (20 de noviembre de 2023). Perú logrará más TLC en el 2024. <https://www.elperuano.pe/noticia/228278-peru-fortalecera-apertura-comercial-al-mundo-el-2024>
- Faster Capital. (2 de marzo de 2024). Tariffs: How Tariff Reductions Boost Economic Growth in Free Trade Areas. <https://fastercapital.com/content/Tariffs--How-Tariff-Reductions-Boost-Economic-Growth-in-Free-Trade-Areas.html>

- Lewkowicz, J. (4 de marzo de 2024). ¿Cuál será el futuro de las relaciones entre Argentina y China? Diálogo Chino: <https://dialogochino.net/es/comercio-y-inversiones-es/390353-cual-sera-el-futuro-relaciones-argentina-y-china-milei/>
- Richmond Jones, C. (13 de noviembre de 2023). An onslaught of protectionism will change global trade. The Economist: <https://www.economist.com/the-world-ahead/2023/11/13/an-onslaught-of-protectionism-will-change-global-trade>
- Snoussi-Mimouni, M., & Drevinskas, E. (13 de abril de 2023). Tariffs applied by WTO members have almost halved since 1996. WTO: https://www.wto.org/english/blogs_e/data_blog_e/blog_dta_13apr23_e.htm
- Zyrene, D. (11 de enero de 2024). China Announces Tariff Reductions on 143 Argentine Agricultural and Industrial Products. The Supply Chain Report: <https://supplychainreport.org/china-announces-tariff-reductions-on-143-argentine-agricultural-and-industrial-products/>

7. Creciente aporte económico del turismo

Para 2035, se prevé que el sector de turismo en el Perú podría impulsar la generación de 5 millones de empleos, y representar una contribución superior al 15 % del Producto Bruto Interno (PBI) del país. Cabe mencionar que durante el periodo 2015-2019, el PBI del turismo contribuyó en promedio con el 3,9 % al PBI nacional. No obstante, para 2023, la contribución del turismo disminuyó a un 2,5 %, principalmente por efecto de la pandemia de la COVID-19 y conflictos sociales internos. A pesar de esta disminución, es importante destacar que esto indica un repunte de la actividad turística en comparación con el 1,5 % del año 2020. A nivel mundial, se prevé un crecimiento promedio anual del 5,1 % entre 2023 y 2033 en el PBI del turismo y viajes, superando el crecimiento de la economía general con un esperado 2,6 % en el mismo periodo; este crecimiento turístico impulsaría la generación de 110,1 millones de empleos adicionales a nivel global.

El turismo se ha convertido en un elemento clave para el crecimiento económico a nivel mundial, siendo particularmente notable en países con una sólida industria turística. Aunque en el Perú su contribución al PBI ha tenido variaciones, con una disminución al 2,5 % en 2023 desde el 3,9 % en 2019, es positivo destacar su recuperación desde el mínimo del 1,5 % en 2020. En el Perú, el empleo en el sector turístico creció un 16 % entre 2015 y 2019, un progreso que se vio afectado en 2020 por la pandemia de la COVID-19. Sin embargo, las estimaciones muestran un futuro alentador: se prevé que para 2035, el turismo en el Perú podría generar 5 millones de empleos y representar más del 15 % del PBI nacional. A nivel global, se espera un aumento anual del 5,1 % en el PBI turístico entre 2023 y 2033, lo que podría resultar en la creación de 110,1 millones de empleos adicionales. Estos datos evidencian la importancia y el potencial del turismo como un significativo motor económico y generador de empleo.

El sector del turismo ha desempeñado un papel crucial en el impulso del crecimiento económico global, específicamente, en aquellos países que han desarrollado significativamente esta industria (Wijesekara y otros, 2022). En este contexto, es fundamental que los responsables de la formulación de políticas públicas adopten una perspectiva de mediano y largo plazo respecto al turismo, considerándolo como un instrumento clave para el desarrollo económico. Además, es esencial reconocer la singularidad y las particularidades de la industria turística de cada país al diseñar estrategias y políticas adecuadas (Cárdenas-García y otros, 2024).

Durante el periodo 2015-2019, el PBI turístico contribuyó en promedio con el 3,9 % al PBI nacional. No obstante, para 2023, la contribución del turismo disminuyó a un 2,5 %, reflejando los desafíos que enfrenta el sector

en medio de la recuperación post COVID-19. Este descenso se vio agravado por los conflictos sociales internos y la inestabilidad política que atenuaron la recuperación. Como consecuencia, el Aeropuerto Internacional Inca Manco Cápac de Juliaca, en Puno, permaneció cerrado de enero a marzo (Regalado Pezúa, 2023; Pérez, 2023; Mincetur, 2023). A pesar de estos desafíos, es importante destacar que esto indica un crecimiento significativo del 67 % en comparación con 1,5 %, registrado en 2020, según se muestra en la Figura 21. Cabe señalar que, según el Fondo Monetario Internacional, los países en los que el turismo representa un alto porcentaje del PBI han registrado una recuperación más rápida de los efectos de la pandemia en comparación con las economías en las que el turismo no es un sector significativo (Unwto, 2023).

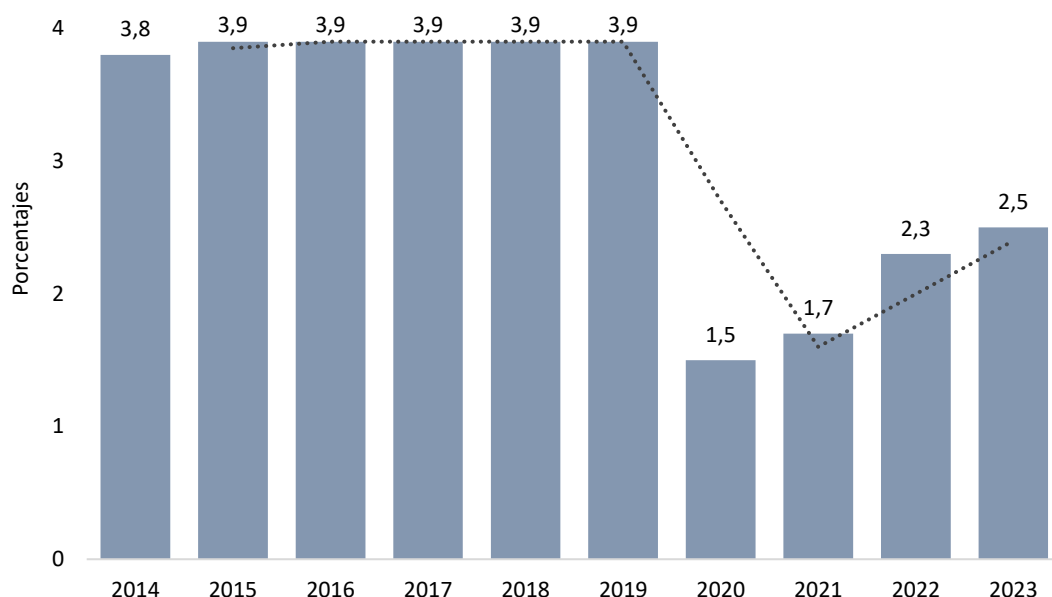


Figura 21. Perú: evolución del aporte del PBI turístico al PBI nacional, en el periodo 2014-2023 (porcentajes).
Nota. Elaboración Ceplan a partir de datos del Mincetur (2024).

Además, durante el periodo 2015-2019, el empleo turístico en el Perú experimentó un crecimiento sostenido del 16 %, pasando de 1,26 millones de empleos a 1,46 millones de empleos. Sin embargo, en 2020, debido a los impactos de la pandemia de COVID-19, el

empleo turístico se redujo a 697 000 de empleos, representando una reducción del 52,2 % en comparación con el año anterior. Posteriormente, en 2023, se observó una recuperación en el sector, alcanzando 1,16 millones de empleos, como se presenta en la Figura 22.

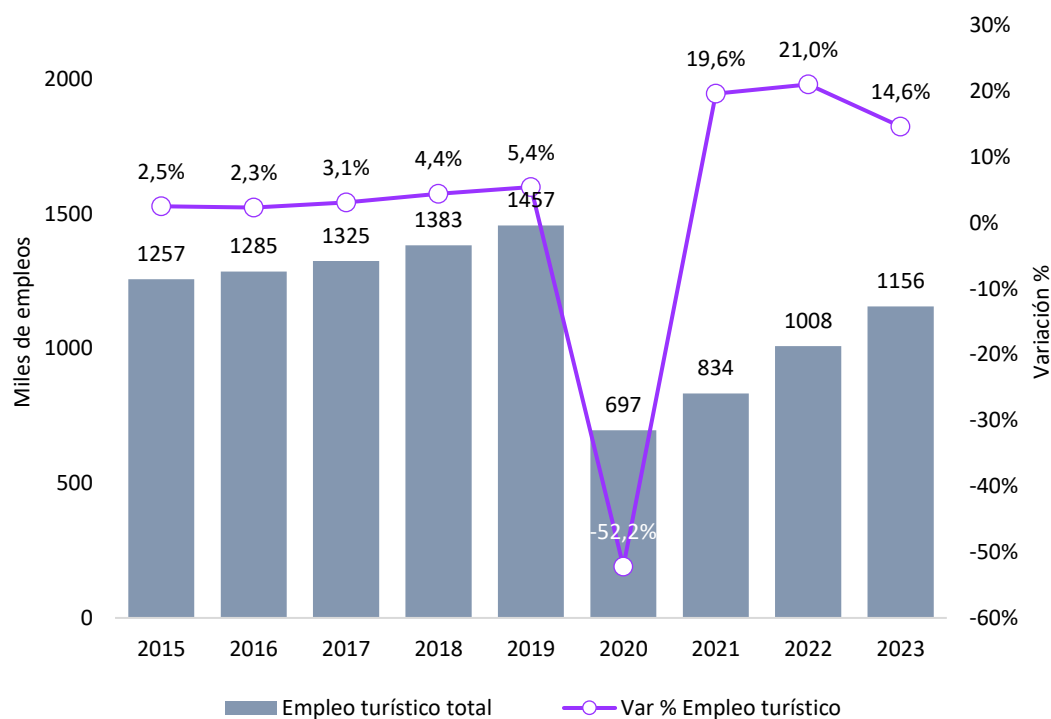


Figura 22. Perú: evolución del empleo turístico (miles de empleos, eje izquierdo) y variación del empleo turístico (porcentajes, eje derecho), en el periodo 2015-2023.
Nota. Datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Elaboración Ceplan a partir del Mincetur (2024).

Para 2035, el director ejecutivo de la Cámara Nacional de Turismo del Perú (Canatur), Tito Alegría, proyecta que el sector de turismo en el Perú podría impulsar la generación de 5 millones de empleos, y representar una contribución superior al 15 % del PBI del país. Este hito sería resultado del desarrollo continuo de la infraestructura turística, impulsado por importantes proyectos de realce internacional, como el Aeropuerto Internacional de Chinchero, la ampliación del Aeropuerto del Jorge Chávez y el Megapuerto de Chancay (Alegría, 2024).

Según se observa en la Figura 23, durante el periodo 2013-2019, el Perú experimentó un crecimiento constante en el ingreso de divisas (gasto de los visitantes internacionales en bienes y servicios adquiridos durante su estadía en el país, y los ingresos por el transporte internacional de pasajeros⁽²⁾), pasando de 3916 millones de dólares a 4703 millones de dólares, es decir, un incremento del 20 %. A pesar de que el ingreso de divisas para 2023 se situó en 3606 millones de dólares, una cifra inferior a los niveles pre-pandemia, se observa una tendencia positiva de recuperación en los últimos tres años.

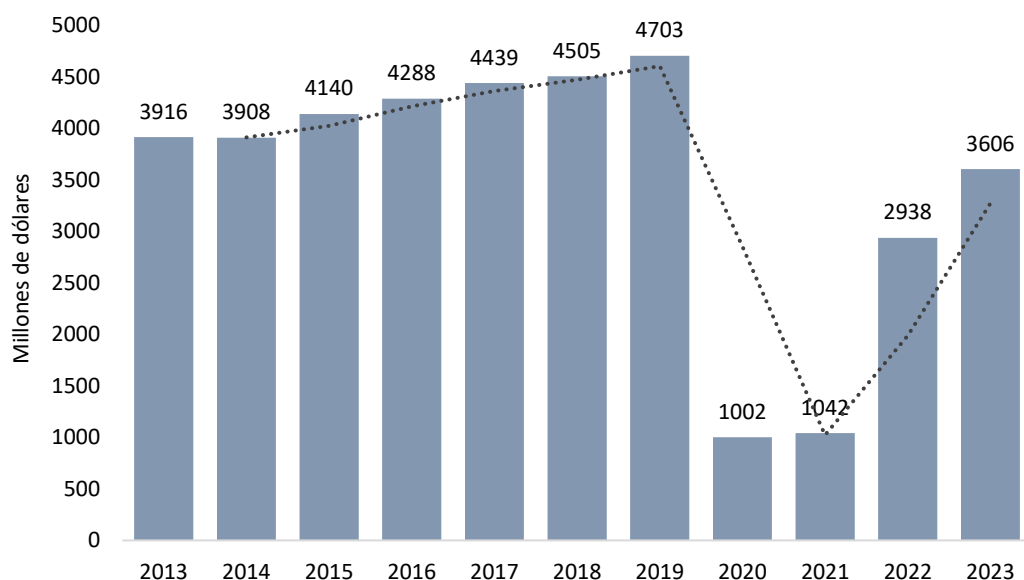


Figura 23. Perú: evolución del ingreso de divisas por turismo, en el periodo 2013-2023 (millones de dólares).
Nota. Datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Elaboración Ceplan a partir del "Perú Compendio Estadístico 2023", del INEI (2023) y del Mincetur (2024).

Entre los sectores que más han contribuido al valor total de las exportaciones de servicios se destacan las exportaciones relacionadas con el turismo receptivo (+22,7 %), específicamente en los rubros de viajes (+23,5 %) y transporte de pasajeros (+20,6 %) entre 2022 y 2023 (Plataforma Digital Única del Estado Peruano, 2024). Según el Mincetur, la exportación de servicios ha mostrado un crecimiento sostenido durante tres años consecutivos (2021: +8,4 %, 2022: +68,4 % y 2023: +15,6 %).

Para los próximos años, el Ministerio de Economía prevé un crecimiento del 7,9 % en las exportaciones de servicios entre 2025 y 2027, retornando a niveles similares a los registrados antes de la pandemia. Este repunte se atribuye principalmente al incremento en el flujo de divisas en viajes y transporte generado por el turismo receptivo, así como a la optimización del acuerdo comercial con China y la puesta en marcha del acuerdo de profundización económica con Brasil (MEF, 2023, pág. 76).

(2) Recuperado de <https://www.camaracusco.org/ingresos-de-divisas-por-turismo/>

A nivel mundial, las previsiones para el largo plazo apuntan a un crecimiento promedio anual del 5,1 % entre 2023 y 2033 en el PBI del turismo y viajes, superando el crecimiento de la economía general con un esperado 2,6 % en el mismo periodo. Este crecimiento turístico impulsaría la generación de 110,1 millones de empleos adicionales a nivel global (WTTC, 2023).

Según la Figura 24, en el periodo 2006-2019, el PBI del sector de viajes y turismo a nivel mundial ha experimentado un crecimiento sostenido, casi duplicando su valor, de 5,2 billones de dólares en 2006 a 9,6 billones de dólares en 2019. Para 2033, el PBI del sector de viajes y turismo se incrementará a 15,5 billones de dólares, con un comportamiento tendencial visto antes de la pandemia por el COVID-19.

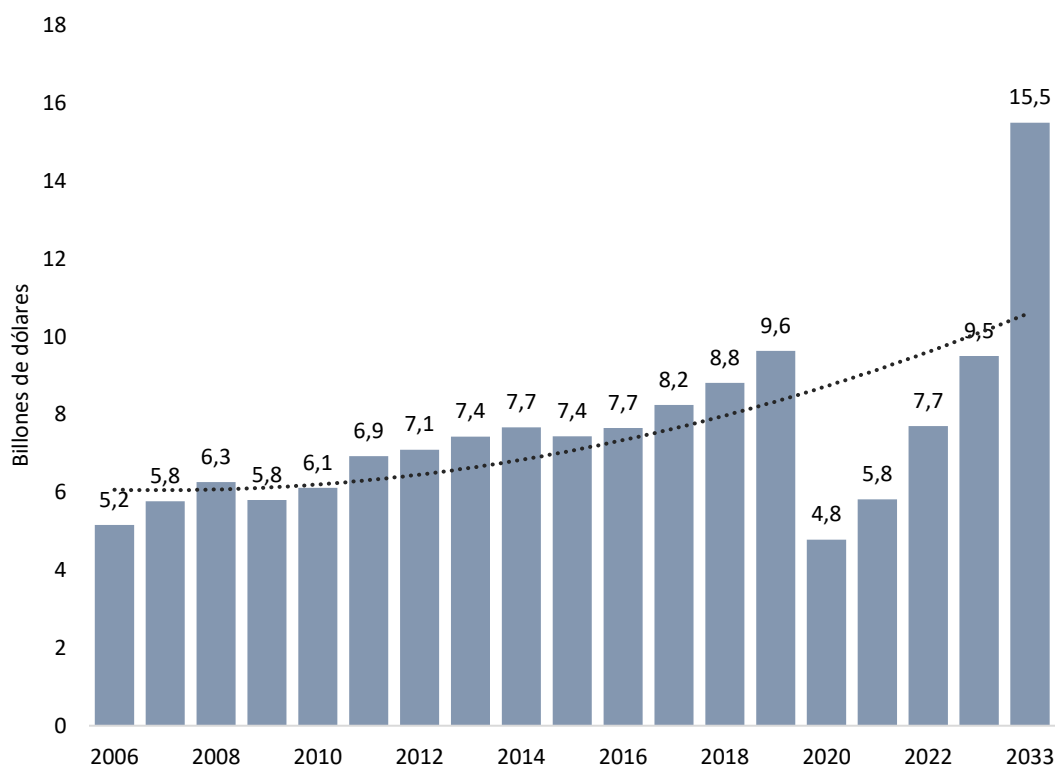


Figura 24. Mundo: evolución del PBI de viajes y turismo, en el periodo 2006-2033 (billones de dólares).

Nota. Datos de WTTC. Elaboración Ceplan a partir del WTTC (2023) y Statista (2024).

Por último, el turismo ha tenido un impacto significativo en el ámbito social, evidenciado por avances notables en el empleo juvenil en la última década. En 2019, el sector empleó a 18,9 millones de jóvenes de entre 15 y 24 años, representando el 4,5 % del empleo juvenil global, un aumento considerable desde el 3 % registrado en 2010. Asimismo, el turismo ha sido fundamental para el empleo femenino, con un incremento en el número de mujeres empleadas en el sector, pasando de

38,6 millones en 2010 a 47,8 millones en 2019, lo que equivale al 3,7 % del empleo femenino total. Además, el turismo ha generado numerosos empleos bien remunerados, constituyendo el 34 % del empleo total en el sector en 2021, un aumento constante desde el 29,6 % en 2010. En conclusión, el turismo tiene el potencial de impulsar la prosperidad y el progreso social en las próximas décadas, priorizando el empleo juvenil, el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo de empleos competitivos (WTTC, 2023).

Referencias

- Alegría, T. (4 de febrero de 2024). Los pendientes de la inversión en turismo, por Tito Alegría. El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/opinion-los-pendientes-de-la-inversion-en-turismo-por-tito-alegria-noticia/>
- Cárdenas-García, P., Brida, J., & Segarra, V. (2024). Modeling the link between tourism and economic development: evidence from homogeneous panels of countries. *Humanities and Social Sciences Communications* 11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02826-8>
- INEI. (octubre de 2023). Perú Compendio Estadístico 2023. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Compendio2023/COMPENDIO2023.html
- MEF. (27 de agosto de 2023). Marco Macroeconómico Multianual 2024-2027. https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/MMM_2024_2027.pdf
- Mincetur. (9 de noviembre de 2023). Reporte Regional de Turismo Puno. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4688176/4315787-reporte-regional-de-turismo-puno-ano-2023.pdf?v=1712001346>
- Mincetur. (2024). Perú: Principales Cifras de Turismo. Recuperado 4 de abril de 2024, de https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/cifrasTurismo.html
- Pérez, J. (24 de enero de 2023). Turismo en crisis: protestas han generado desconfianza en los turistas y frenado la anhelada recuperación económica. Infobae: <https://www.infobae.com/peru/2023/01/24/turismo-en-crisis-protestas-han-generado-desconfianza-en-los-turistas-y-frenado-la-anelada-recuperacion-economica/>
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano. (28 de marzo de 2024). Mincetur: Exportación de servicios crece por tercer año consecutivo. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/927163-mincetur-exportacion-de-servicios-crece-por-tercer-ano-consecutivo>
- Regalado Pezúa, O. (4 de agosto de 2023). Los desafíos del sector turismo en el Perú para el segundo semestre del 2023. ESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-desafios-del-sector-turismo-en-el-peru-para-el-segundo-semester-del-2023>
- Statista. (marzo de 2024). Evolución de la aportación del sector turístico al PIB en el mundo de 2006 a 2022. <https://es.statista.com/estadisticas/640133/aportacion-del-sector-turistico-al-pib-mundial/>
- Unwto. (10 de noviembre de 2023). La importancia del turismo para el crecimiento se destaca en el informe Perspectivas de la Economía Mundial. <https://www.unwto.org/es/news/La-importancia-del-turismo-para-el-crecimiento-se-destaca-en-el-informe-Perspectivas-de-la-Econom%C3%ADa-Mundial>
- Wijsekara, C., Tittagalla, C., Jayathilaka, A., Ilukpotha, U., Jayathilaka, R., & Jayasinghe, P. (2022). Tourism and economic growth: A global study on Granger causality and wavelet coherence. *PLOS ONE* 17 (9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274386>
- WTTC. (diciembre de 2023). The social impact of global tourism. <https://globaltravelfootprint.wttc.org/reports/ESR-SocialReport-121223.pdf>
- WTTC. (2023). Travel & Tourism Economic Impact 2023. https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/647df24b7c4bf560880560f9_EIR2023-APEC.pdf

8. Mayor promoción de la marca Perú

Según Índice de Marcas Nacionales, el Perú experimentó una mejora en su desempeño en el periodo 2020-2023, pasando de una puntuación de 53,44 a 57,15. Este progreso se refleja claramente en la creciente popularidad en los distintos destinos turísticos del Perú como el Santuario Histórico de Machu Picchu, que vio un aumento del 157 % en visitantes extranjeros, pasando de 472 742 en 2010 a 1,22 millones de visitantes extranjeros en 2019. En 2023, a pesar de los desafíos pandémicos, se registró una recuperación con 661,917 turistas extranjeros. Por otro lado, la exportación de pisco, un producto emblemático, creció un 18 %, pasando 8,24 millones de dólares en 2015 a 9,74 millones de dólares en 2023. En el ámbito textil, las exportaciones de pelo fino de alpaca o llama cardado o peinado aumentaron un 140 %, pasando de 39,42 millones de dólares FOB en 2023 a 94,43 millones de dólares FOB en 2023; mientras que en cuanto al pelo fino sin cardar ni peinar, mostró un crecimiento del 353 %, incrementándose de 1,3 millones de dólares FOB en 2013 a 5,90 millones de dólares FOB en 2023.

La estrategia de promoción de la marca Perú ha resultado en un incremento en su reputación internacional, con un ascenso notable en el Índice de Marcas Nacionales de Anholt-Ipsos entre 2020 y 2023. Este crecimiento se refleja particularmente en el ámbito turístico, con reconocimientos en los World Travel Award Sudamérica y el Santuario Nacional de Machu Picchu como un atractivo líder. Aunque la pandemia de COVID-19 impactó las visitas en 2020, hubo una recuperación parcial en 2023. Además, productos emblemáticos como el pisco y la lana de alpaca han experimentado incrementos en exportaciones, destacando la calidad y tradición artesanal peruana. El avance en la imagen de marca de Perú resalta la importancia de una estrategia sostenida y coherente para impulsar el turismo y la economía, enfatizando la colaboración intersectorial y la fortaleza institucional como pilares fundamentales para el éxito.

El impulso de la marca país se refiere a la estrategia adoptada por un país para proyectar una imagen específica de sí misma en el escenario internacional, con el objetivo de captar la atención de turistas, inversores, consumidores, eventos, entre otros (Murphy, 2022). Al hacerlo, se pretende impulsar el turismo, fomentar la inversión extranjera, estimular el consumo de productos nacionales y atraer eventos de relevancia mundial.

El Índice de Marcas Nacionales de Anholt-Ipsos, es una métrica mundial que evalúa la reputación y atractivo de los países en base a seis criterios: i) exportaciones, es decir, la reputación de los productos y servicios que ofrece el país; ii) turismo, interés por visitar el país y sus atractivos; iii) cultura y patrimonio, es decir, el valor del patrimonio cultural

y contemporáneo, incluyendo música, arte, cine, literatura y deporte; iv) gobernanza, es decir, la percepción sobre la competencia, equidad y participación en la solución de problemas globales; v) población, la reputación en cuanto a apertura, amabilidad y tolerancia de las personas; y vi) inversiones e inmigración, es decir, la capacidad para atraer personas o empresas, calidad de vida y entorno empresarial (Murphy, 2022). Según este índice, el Perú experimentó una mejora en su desempeño en el periodo 2020-2023, como se muestra en la Figura 25. Su puntuación ascendió del 53,44 a 57,15. Esta evolución refleja una tendencia positiva en la imagen y percepción internacional del país.

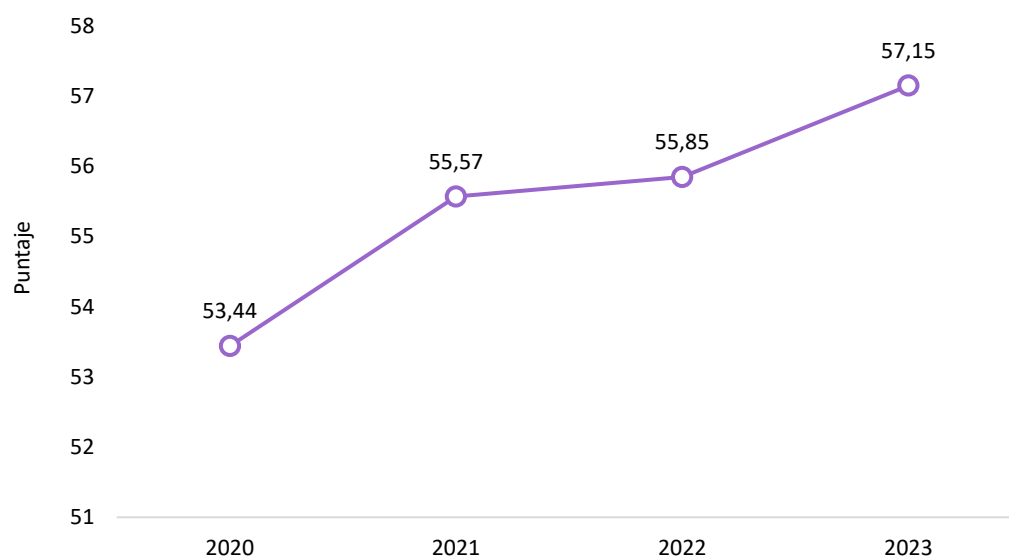


Figura 25. Perú: Índice de Marcas Nacionales, en el periodo 2020-2023 (puntaje).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de Nation Brands Index, en los años 2021, 2022 y 2023 (Ipsos, 2023; 2022; 2021).

En relación con el atractivo turístico, el reconocimiento mundial del Perú en este aspecto es indiscutible debido, principalmente, a una de las maravillas del mundo moderno, el Santuario Nacional de Machu Picchu. En 2023, el Perú obtuvo cuatro distinciones en los World Travel Award Sudamérica. Entre los galardones se incluyen: mejor destino culinario, mejor destino cultural, destino líder de Sudamérica y Machu Picchu como principal atracción turística de la región (Perú info, 2023). La Figura 26 muestra la evolución del número de visitantes extranjeros al Santuario Nacional de Machu Picchu ⁽³⁾.

Es así como se observa una tendencia ascendente en el periodo 2010-2019, mostrando un crecimiento del 157 %, pasando de 472 742 visitantes extranjeros a 1,22 millones de visitantes extranjeros. Esta tendencia se vio interrumpida por la crisis sanitaria por la COVID-19, descendiendo abruptamente a la llegada de solamente 172 785 visitantes extranjeros en 2020. En 2023, se observó una leve recuperación de la llegada de turistas extranjeros en comparación de los niveles pandémicos, con 661 917 turistas; sin embargo, representa una cifra poco más de la mitad (54 %) de lo registrado en el año 2019.

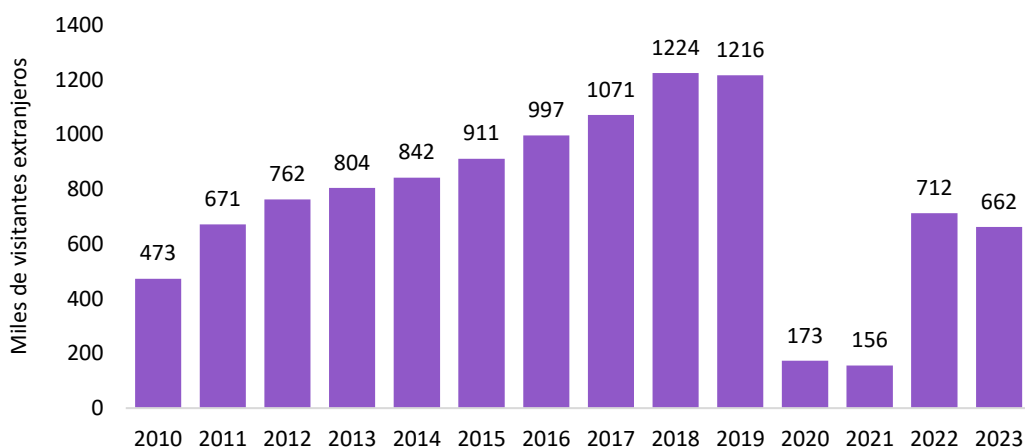


Figura 26. Perú: evolución del número de visitantes extranjeros al Santuario Histórico de Machu Picchu, en el periodo 2010-2023 (miles de visitantes extranjeros).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de la base de datos del Mincetur (Mincetur, 2024).

(3) Los datos incluyen la Ciudad Inka de Machu Picchu, Camino Inka Piscacucho, Km.82, Camino Inka Qorwayrachina Km.88 y Camino Inka Chachabamba Km 104.

El pisco es uno de los productos de exportación de Perú ampliamente reconocido a nivel mundial por su denominación de origen peruana. Hasta el año 2019, 70 naciones distribuidas en cuatro continentes han reconocido que el pisco proviene de una denominación de origen peruana. De estos, 16 países se encuentran en América, 35 en Europa y 19 en Asia y África (Prom Perú, 2019). Entre 2015 y 2023, la exportación de pisco experimentó un crecimiento del 18 %, pasando 8,24 millones de dólares a 9,74 millones de dólares.

En los últimos tres años, las exportaciones mostraron un crecimiento de 133 %, ascendiendo de los 4,18 millones de dólares en 2020. En la Figura 27 se presenta las cifras de exportación FOB del pisco producido en Perú y Chile. En el periodo 2015-2021, es evidente que Perú lidera en exportaciones respecto a Chile. En 2021, el Perú registró exportaciones FOB de 7,6 millones de dólares, mientras que Chile alcanzó 2,8 millones de dólares; representando solo el 37 % de las exportaciones peruanas.

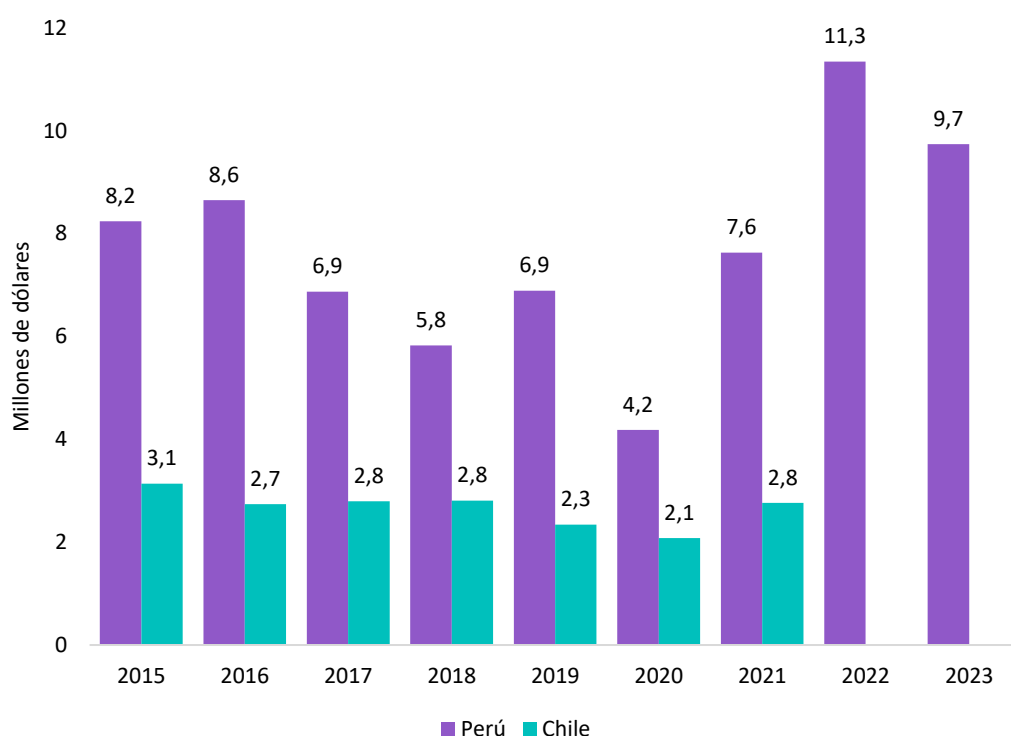


Figura 27. Perú: evolución del valor FOB de las exportaciones del pisco, en el periodo 2015-2023 (millones de dólares).

Nota. Se ha considerado la partida arancelaria 2208202100. Elaboración Ceplan a partir de datos de la Sunat (2024) en el caso del Perú y de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (2024) en el caso de Chile.

Otro producto nacional considerado internacionalmente como símbolo de tradición, calidad y legado artesanal del Perú es la lana de alpaca. Desde la época preincaica, las alpacas han formado parte esencial de la rica herencia cultural de Sudamérica. Esta fibra natural destaca por su suavidad, sedosidad, aislamiento térmico y brillo natural, captando el interés en la industria de la moda y la sostenibilidad (Incarail, 2023). En la última

década, el valor de las exportaciones del pelo fino de alpaca o de llama, cardado o peinado se ha incrementado en 140 %, pasando de 39,42 millones de dólares FOB en 2013 a 94,43 millones de dólares FOB en 2023, como se muestra en la Figura 28. En cuanto al pelo fino sin cardar ni peinar, experimentó un crecimiento aún mayor del 353 %, incrementándose de 1,3 millones de dólares FOB en 2013 a 5,9 millones de dólares FOB en 2023.

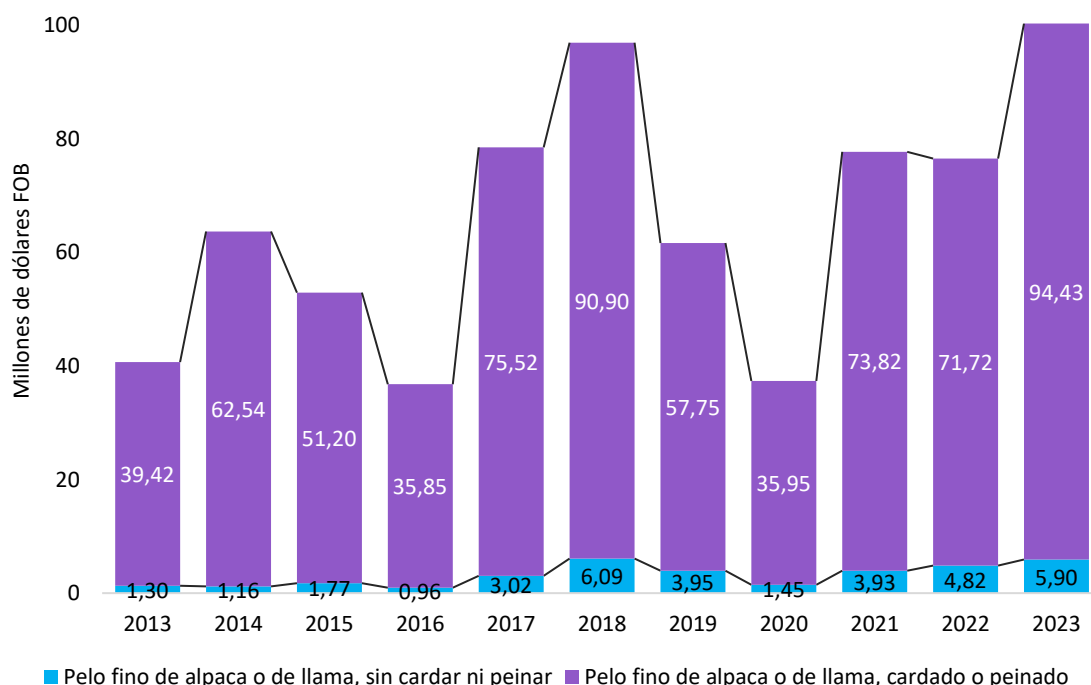


Figura 28. Perú: evolución del valor FOB de las exportaciones de lana de alpaca, en el periodo 2013-2023 (millones de dólares).

Nota. Se han considerado las partidas arancelarias 5102191000 y 5105391000. Elaboración Ceplan a partir de datos de la Sunat (2024).

El progreso en el Índice de Marcas Nacionales del Perú subraya que el país está consolidando y fortaleciendo su imagen a nivel internacional. Ello amerita un esfuerzo y una inversión sostenida, en una estrategia de marca país coherente que fomente el crecimiento económico, el turismo y la educación de calidad. Asimismo, la colaboración entre las partes interesadas es fundamental, como se ha evidenciado en Estonia y Costa Rica, donde una organización autónoma ha sido efectiva en la gestión de la marca país.

Es importante destacar que la autenticidad y precisión de la marca son esenciales para lograr resultados positivos, como se ilustra con el caso de Turquía, que ha adaptado su identidad con el tiempo. Por último, no se debe subestimar la importancia de fortalecer las instituciones gubernamentales, el sistema judicial y de crear un entorno propicio para las empresas, factores que también influyen significativamente en la percepción y éxito de la marca país (Pop y otros, 2020).

Referencias

- Incarail. (13 de abril de 2023). Alpaca wool: one of the finest natural fibers in the world. <https://blogs.incarail.com/alpaca-wool-one-of-the-finest-natural-fibers-in-the-world>
- Ipsos. (19 de octubre de 2021). Germany maintains top "nation brand" ranking, Canada and Japan overtake the UK to round out the top three. <https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2021>
- Ipsos. (2 de noviembre de 2022). Nation Brands Index 2022: Germany finishes first again with Japan and Canada rounding out the top three nations. <https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2022>

- Ipsos. (1 de noviembre de 2023). Nation Brands Index 2023: Japan takes the lead for the first time in NBI history. <https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2023>
- Mincetur. (marzo de 2024). Datos turismo. Recuperado 3 de abril de 2024, de <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/index.html>
- Murphy, P. (septiembre de 2022). La marca país: un símbolo que trasciende lo meramente estético. OMPI: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2022/03/article_0008.html
- Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. (febrero de 2024). Comercio Exterior - Series anuales por producto de exportación / importación. Recuperado 11 de marzo de 2024, de <https://reportes.odepa.gob.cl/#!/series-anuales-producto-export-import>
- Perú info. (27 de agosto de 2023). Peru won four awards at the World Travel Awards 2023! <https://peru.info/en-us/tourism/news/3/18/peru-won-four-awards-at-the-world-travel-awards-2023>
- Pop, N., Baba, C., Nastase, R., & Tohanean, D. (2020). National branding strategy and its effects on business and tourism. Proceedings of the International Conference on Business Excellence, 14 (1), 1005-1013. <https://doi.org/10.2478/picbe-2020-0095>
- Prom Perú. (mayo de 2019). Pisco peruano: situación mundial 2019 Infografía. <https://exportemos.pe/recurso/13757/pisco--denominacion-peruana-reconocida-a-nivel-mundial->
- Sunat. (2024). Información Aduanera - Exportaciones. Recuperado 4 de abril de 2024, de <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/exportaciones.html>

9. Incremento del intercambio comercial Sur-Sur

Para 2050, se prevé que tres de las seis principales economías a nivel mundial provendrán de mercados emergentes de Asia; las cuales, a su vez, corresponden a países del Sur global: China, India e Indonesia. En consonancia con el creciente peso económico de las economías emergentes en la economía global, la influencia de estos países en el sistema comercial se incrementará. Además, para 2050, se espera que la participación de las siete economías emergentes más importantes (E7) en las importaciones mundiales aumente del 20 % en 2020 al 26 % en 2050; mientras que en el caso del grupo G7 bajará del 35 % en 2020 al 27 % para 2050. Cabe mencionar que entre 1995 y 2020, la participación del comercio Sur-Sur se incrementó en 14,2 puntos porcentuales, ascendiendo del 10,8 % al 25 %.

En los últimos 25 años, el intercambio comercial Sur-Sur ha experimentado un notable crecimiento, aumentando su participación del 10,8 % al 25 % entre 1995 y 2020. Este incremento ha llevado al comercio Sur-Sur a representar el 54 % del comercio total de los países del sur en 2022, superando por primera vez al comercio Norte-Norte. Paralelamente, el número de acuerdos comerciales regionales entre países del Sur ha aumentado significativamente, pasando de cerca de 10 en 1994 a alrededor de 140 en 2022. Esta tendencia refleja una creciente cooperación entre economías emergentes, como China, India e Indonesia, que se espera representen tres de las seis principales economías a nivel mundial para 2050. Este cambio en la dinámica comercial ha llevado a una mayor diversificación de mercados para los países en desarrollo, promoviendo estabilidad económica, innovación y transferencias tecnológicas pertinentes, y fomentando la competencia y eficiencia de las empresas locales al ofrecer acceso a bienes y servicios a precios más competitivos.

De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad), se ha evidenciado un cambio en la configuración del comercio internacional en los últimos 25 años. Entre 1995 y 2020, la participación del comercio Sur-Sur se incrementó en 14,2 puntos porcentuales, ascendiendo del 10,8 % al 25 %, tal y como se ilustra en la Figura 29. En 2022, el comercio Sur-Sur constituyó aproximadamente el 54 % del comercio total de los países del sur (Unctad, 2023).

De igual forma, el comercio Sur-Norte vio un aumento en su participación en el comercio mundial, con un aumento de 4,6 puntos porcentuales, pasando del 16,2 % al 20,8 %. Por el contrario, la participación del comercio Norte-Norte se redujo en 14,9 puntos porcentuales, descendiendo de 52 % al 37,1 % en el mismo periodo. Mientras tanto, el comercio Norte-Sur apenas mostró cambios, manteniéndose en 16,4 % de su participación mundial.

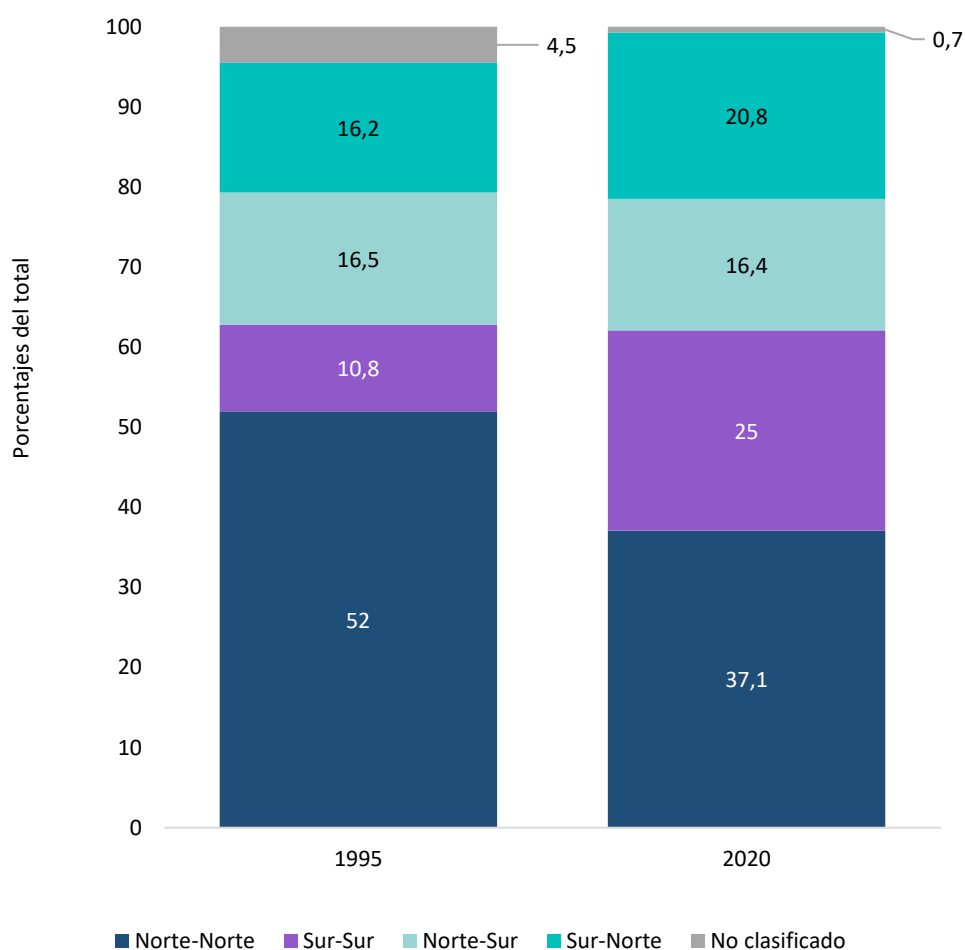


Figura 29. Mundo: comercio mundial de países desarrollados y en desarrollo, en 1995 y 2020 (porcentajes del total).

Nota. Adaptado a partir de "Trade and Development Report 2022", de Unctad (2022, pág. 154).

En términos de las exportaciones a nivel mundial, en 1840, el comercio entre países del norte, o países "ricos", dominaba ampliamente el sector, constituyendo el 71 % del comercio mundial; mientras que el comercio entre países en desarrollo era prácticamente nulo. Posteriormente, se evidenció un descenso progresivo del comercio Norte-Norte, tal es así

que, en 1980, representó el 52 % del comercio mundial. Sin embargo, el punto de inflexión se dio durante la crisis mundial financiera, ya que el comercio Sur-Sur superó por primera vez al comercio Norte-Norte. En 2022, el comercio Sur-Sur representó el 35 % del comercio global, en contraste con el 26 % correspondiente al intercambio entre naciones del Norte, como se ilustra en la Figura 30.

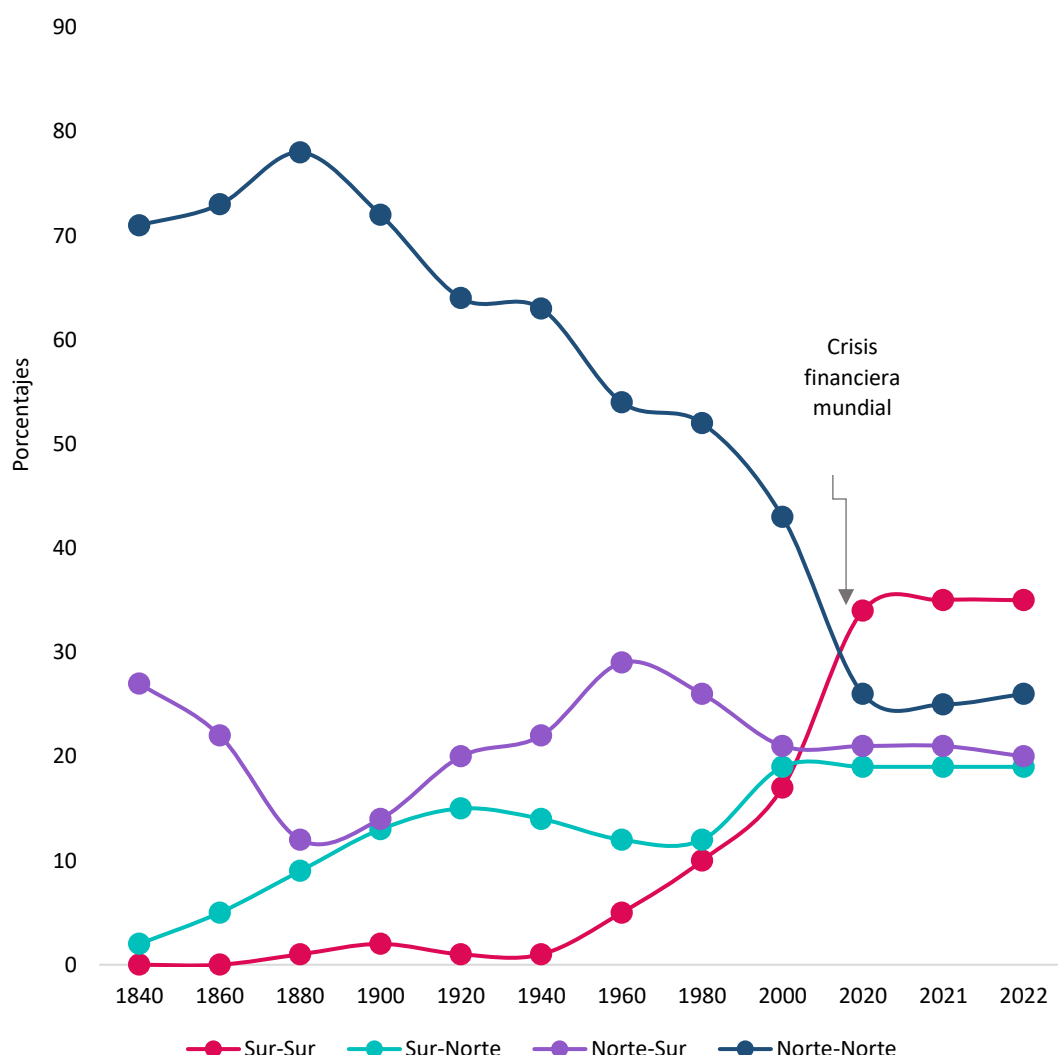


Figura 30. Mundo: participación de las exportaciones mundiales por nivel de ingresos del socio comercial, en el periodo 1840-2022 (porcentajes).

Nota. Adaptado a partir de "Why South-South trade is already greater than North-North trade-and what it means for Africa", de Brookings (2023).

Es importante mencionar que el número de acuerdos comerciales regionales (ACR) ha ido en aumento en las últimas dos décadas. Según la Figura 31, en 2022 existen alrededor de 140 acuerdos comerciales regionales activos entre países del Sur. Esto representa un notable incremento en comparación con los apenas aproximadamente 10 acuerdos comerciales regionales registrados en 1994. En esencia, las iniciativas para zonas de libre comercio e

integración económica han proliferado mayormente en la cooperación entre países del Sur global y entre países del Norte y el Sur, mientras que las propuestas de integración entre naciones del Norte han mostrado menor dinamismo (Unctad, 2022, pág. 125). En efecto, los ACR activos entre países del Norte Global pasó de alrededor 10 en 1994 a 40 en 2022.

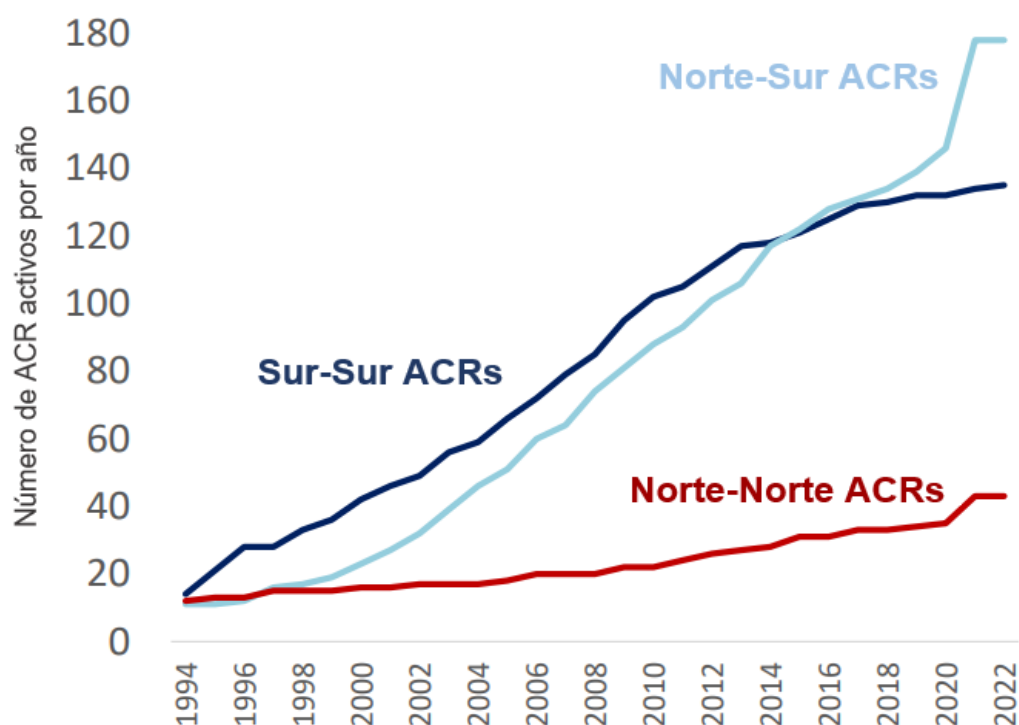


Figura 31. Mundo: evolución del número de Acuerdos Comerciales Regionales (ACR) activos por año, en el periodo 1994-2022 (número)

Nota. Adaptado a partir de "The state of play of South-South trade and cooperation, and pathways for further improvements", de la Unctad (2023).

Para 2050, se prevé que tres de las seis principales economías a nivel mundial provendrán de mercados emergentes de Asia; las cuales, a su vez, corresponden a países del Sur global: China, India e Indonesia (Roland Berger, 2023). En consonancia con el creciente peso económico de las economías emergentes en la economía global, la influencia de estos países en el sistema comercial se incrementará (UK Government, 2023). Según la Figura 32, en 2010, las siete economías más avanzadas y desarrolladas (G7) representaban

el 38 % de las importaciones mundiales; mientras que el grupo de economías emergentes más importantes (E7) contribuía con el 17 %. No obstante, entre 2010 y 2020, las economías E7 aumentaron su participación en las importaciones globales en tres puntos porcentuales, mientras que el G7 disminuyó en la misma proporción. Para 2050, se espera que la participación de las economías E7 en las importaciones mundiales aumente del 20 % en 2020 al 26 % en 2050; mientras que en el caso del grupo G7 bajará del 35 % en 2020 al 27 % para 2050.

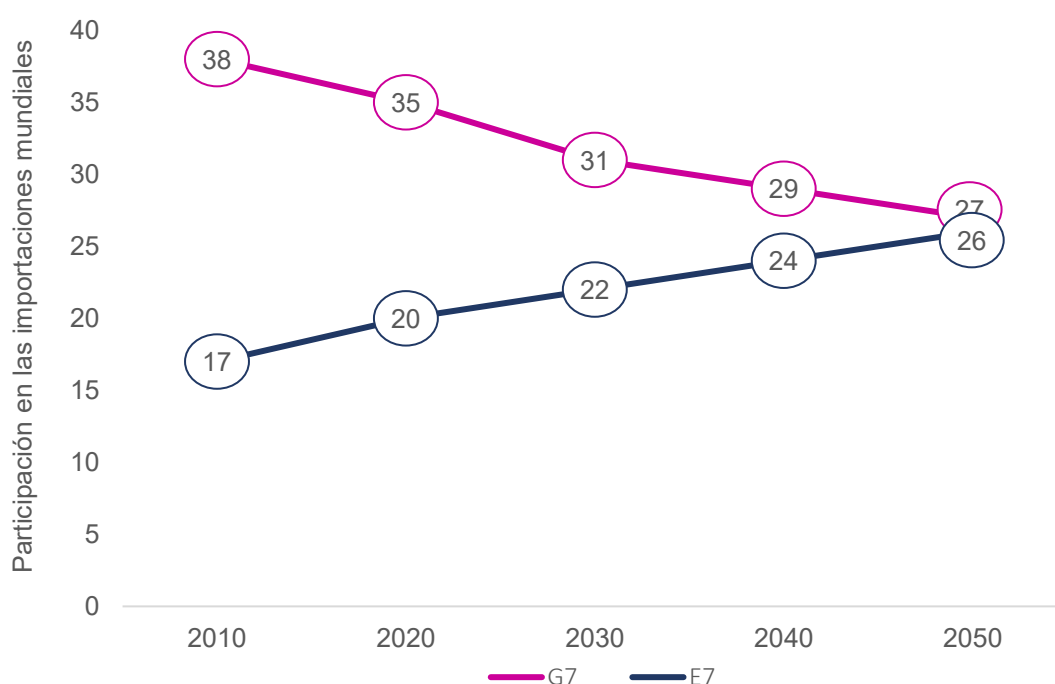


Figura 32. Mundo: G7 y E7 en la participación en las importaciones mundiales, en el periodo 2010-2050 (porcentajes de las importaciones mundiales).

Nota. Los datos presentados hacen referencia al PBI nominal, que considera la inflación y se ajusta al tipo de cambio variable en el tiempo. El primer grupo, G7, comprende a Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y los Estados Unidos. El segundo grupo, E7, comprende las principales economías emergentes para 2050: Brasil, China, India, Indonesia, México, Rusia y Turquía. Adaptado del informe "Global Trade Outlook February 2023" (UK Government, 2023).

En ese sentido, como ventajas del incremento del intercambio comercial Sur-Sur, se destaca la diversificación de mercados para los países en desarrollo, lo cual permite una mayor estabilidad económica y reduce la dependencia de mercados tradicionales. Al fomentar el intercambio entre economías similares, se

pueden compartir soluciones adaptadas a retos comunes, promoviendo una innovación más relevante y transferencias tecnológicas pertinentes. Además, el comercio Sur-Sur puede incrementar la competencia y eficiencia de las empresas locales, brindando acceso a bienes y servicios a precios más competitivos.

Referencias

- Mold, A. (11 de diciembre de 2023). Why South-South trade is already greater than North-North trade and what it means for Africa. Brookings: <https://www.brookings.edu/articles/why-south-south-trade-is-already-greater-than-north-north-trade-and-what-it-means-for-africa/>
- Roland Berger. (Julio de 2023). Trend Compendium 2050: Six megatrends will shape the next decades. <https://www.rolandberger.com/en/Insights/Global-Topics/Trend-Compendium/>
- Torero Cullen, M. (2023). The state of play of South-South trade and cooperation, and pathways for further improvements. Unctad: https://unctad.org/system/files/non-official-document/UNTF2023-session1-80-Torero-Maximo_UN_Trade_Forum_South-South_trade_partnership_8_May_2023.pdf
- UK Government. (28 de Febrero de 2023). Global trade outlook - February 2023 report. <https://www.gov.uk/government/publications/global-trade-outlook-february-2023-report>
- Unctad . (2022). Trade and Development Report 2022. <https://unctad.org/publication/trade-and-development-report-2022>
- Unctad. (2023). Trade and Development Report 2023. <https://unctad.org/publication/trade-and-development-report-2023>

10. Menor diversificación de la canasta exportadora en el Perú

Según el Índice de Diversificación de las exportaciones para el Perú muestra una tendencia descendente en las últimas dos décadas, pasando de 0,778 puntos en 2002 a 0,731 en 2022. Además, en las últimas dos décadas, el Perú ha experimentado un marcado retroceso en el Índice de Complejidad Económica, pasando del puesto 79 en el año 2000 al 107 (133 países evaluados) en 2021. Cabe mencionar que, en 2021, las exportaciones totales de Perú ascendieron a 64 700 millones de dólares, reflejando un crecimiento anual promedio del 10,8 % desde el año 2000, cuando se situaron en alrededor de 7500 millones de dólares; este aumento se atribuyó principalmente al crecimiento en las exportaciones de productos de baja complejidad, como los minerales y productos agrícolas.

La diversificación económica es esencial para los países en desarrollo, no solo para reducir la vulnerabilidad frente a factores internos y externos, sino también para promover cambios estructurales que impulsen la productividad y el bienestar social. Sin embargo, el Perú ha mostrado una disminución en la diversificación de su canasta exportadora en las últimas dos décadas, según lo reflejan los índices de Diversificación y Complejidad Económica. Aunque las exportaciones peruanas han crecido significativamente, impulsadas principalmente por minerales y productos agrícolas, esta dependencia limita su capacidad para producir bienes de alto valor y complejidad. A pesar de las oportunidades en sectores como maquinaria industrial y tecnología, alcanzar una verdadera diversificación requerirá mejorar la gobernanza, la educación, la infraestructura y promover el comercio abierto, incluyendo la eficiencia en los puertos y la eliminación de barreras comerciales.

La diversificación económica es un objetivo fundamental en las políticas de los países en desarrollo. Esta diversificación es esencial no solo para disminuir la vulnerabilidad frente a factores internos y externos, sino también para fomentar cambios estructurales que conduzcan a una mayor productividad y bienestar social. Al agregar nuevas fuentes de ingreso a las exportaciones, se amplían las capacidades productivas, lo que permite desarrollar productos innovadores y mejorar la salud económica del país a largo plazo (Hespeel, 2023).

El Índice de Diversificación⁽⁴⁾ de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (Unctad), es una medida que evalúa

la estructura de las exportaciones o importaciones por producto de una economía específica o grupo de economías en comparación con el patrón mundial. Los resultados de este índice se expresan en una escala del cero al uno, donde el valor más alto (uno) indica una mayor divergencia con respecto al patrón mundial. Según la Figura 33, el Índice de Diversificación de las exportaciones para el Perú muestra una tendencia descendente en las últimas dos décadas, pasando de 0,778 puntos en 2002 a 0,731 en 2022. Esto indica una menor diversificación de la canasta exportadora del país debido a que un valor más bajo del índice indica una mayor dependencia de un número limitado de productos o sectores.

(4) El Índice de Diversificación se determina midiendo la desviación absoluta de la estructura comercial de un país respecto de la estructura global. Este índice es una medida modificada de Finger-Kreinin de similitud en el comercio. Recuperado de <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/metadata/US.ConcentDiversIndices/indicator>

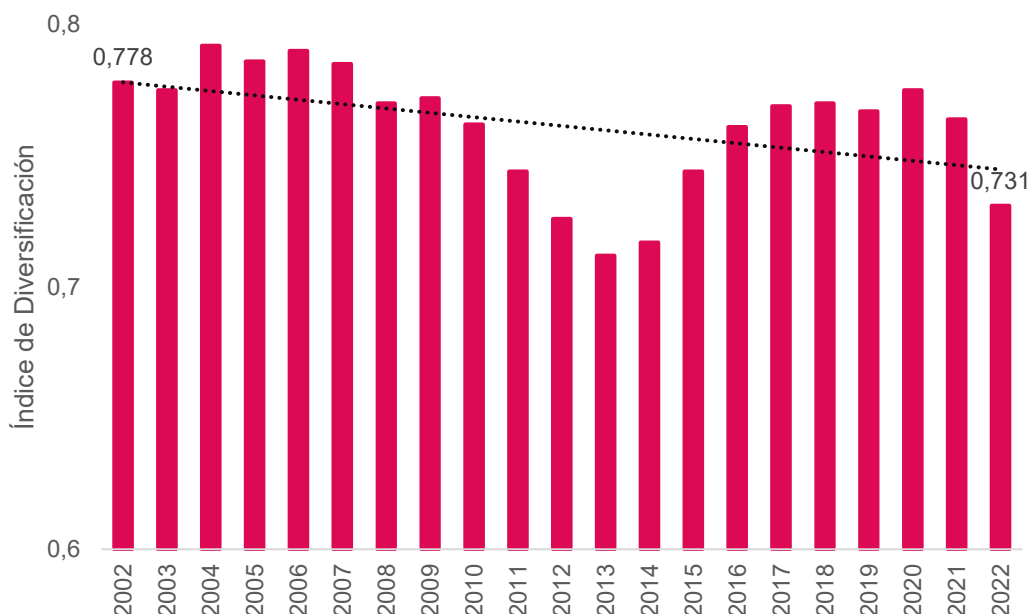


Figura 33. Perú: evolución del Índice de Diversificación de las exportaciones, en el periodo 2002-2022 (puntaje).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de Unctad Stat (2023).

Otro indicador que ofrece una perspectiva sobre la diversificación y complejidad de la canasta exportadora de un país es el Índice de Complejidad Económica. Desafortunadamente, en las últimas dos décadas, el Perú ha experimentado un marcado retroceso en este indicador, pasando del puesto 79 en el año 2000 al 107 (de 133 países evaluados) en

2021, según se presenta en la Figura 34. Esta disminución en la complejidad económica se atribuye principalmente a la falta de diversificación en las exportaciones peruanas. En esencia, cuanto mayor sea la variedad de conocimientos productivos especializados que un país posea, mayor será su capacidad para producir bienes de alto valor y complejidad.

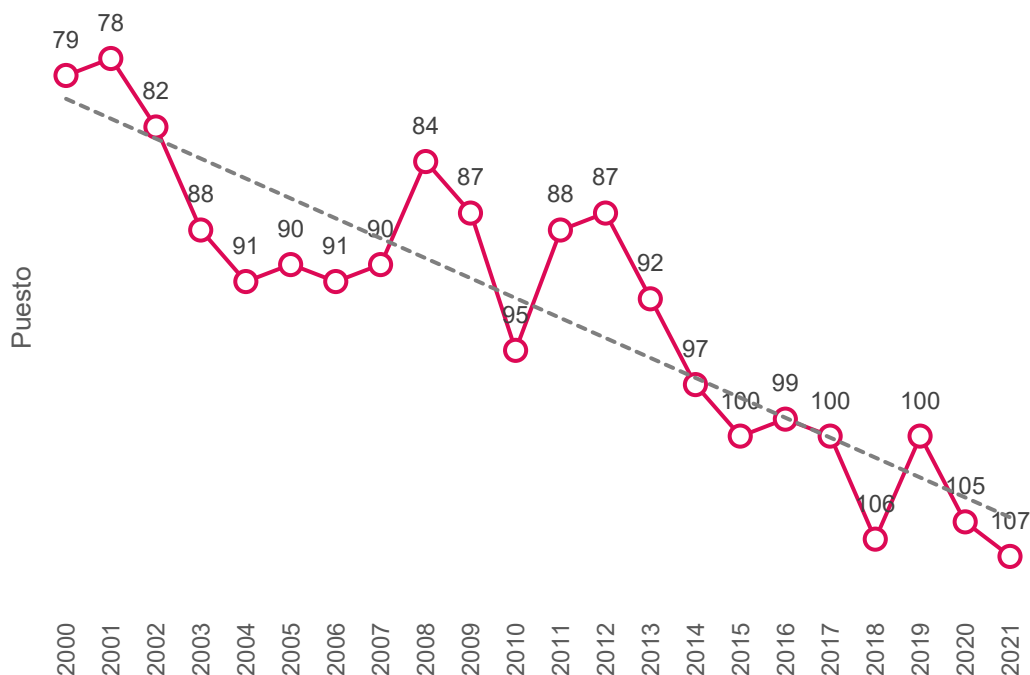


Figura 34. Perú: evolución del ranking del Índice de Complejidad Económica, en el periodo 2000-2021 (puesto).

Nota. Elaboración Ceplan a partir de "The Atlas of Economic Complexity", de Harvard Growth Lab (2023).

A nivel mundial, en muchos países en desarrollo, la canasta exportadora tiende a ser limitada en cuanto a la variedad de productos y mercados de destino. Salvo algunas economías emergentes, como China y Tailandia, que han mostrado niveles de diversificación cercanas al de los países desarrollados. Además, muchos países en desarrollo dependen en gran medida de la agricultura y los recursos naturales en sus exportaciones, representando una gran proporción de las exportaciones totales en países de África y América Latina (Unctad, 2024).

En 2021, las exportaciones totales de Perú ascendieron a 64 700 millones de dólares, reflejando un crecimiento anual promedio del

10,8 % desde el año 2000, cuando se situaron en alrededor de 7500 millones de dólares, como se ilustra en la Figura 35. Este aumento se atribuyó principalmente al crecimiento en las exportaciones de productos de baja complejidad, como los minerales y productos agrícolas. Específicamente, las exportaciones minerales registraron el mayor crecimiento, con un incremento anual promedio del 16 %, pasando de 1300 millones de dólares en 2000 a 29 600 millones de dólares en 2021, lo que representó el 45,7 % de las exportaciones totales ese año. En cuanto a las exportaciones de los productos de la agricultura, se observó un crecimiento promedio anual del 10,3 % en el periodo 2000-2021, aumentando de los 1800 millones de dólares a 14 200 millones de dólares, y representando el 21,9 % de las exportaciones totales en 2021.

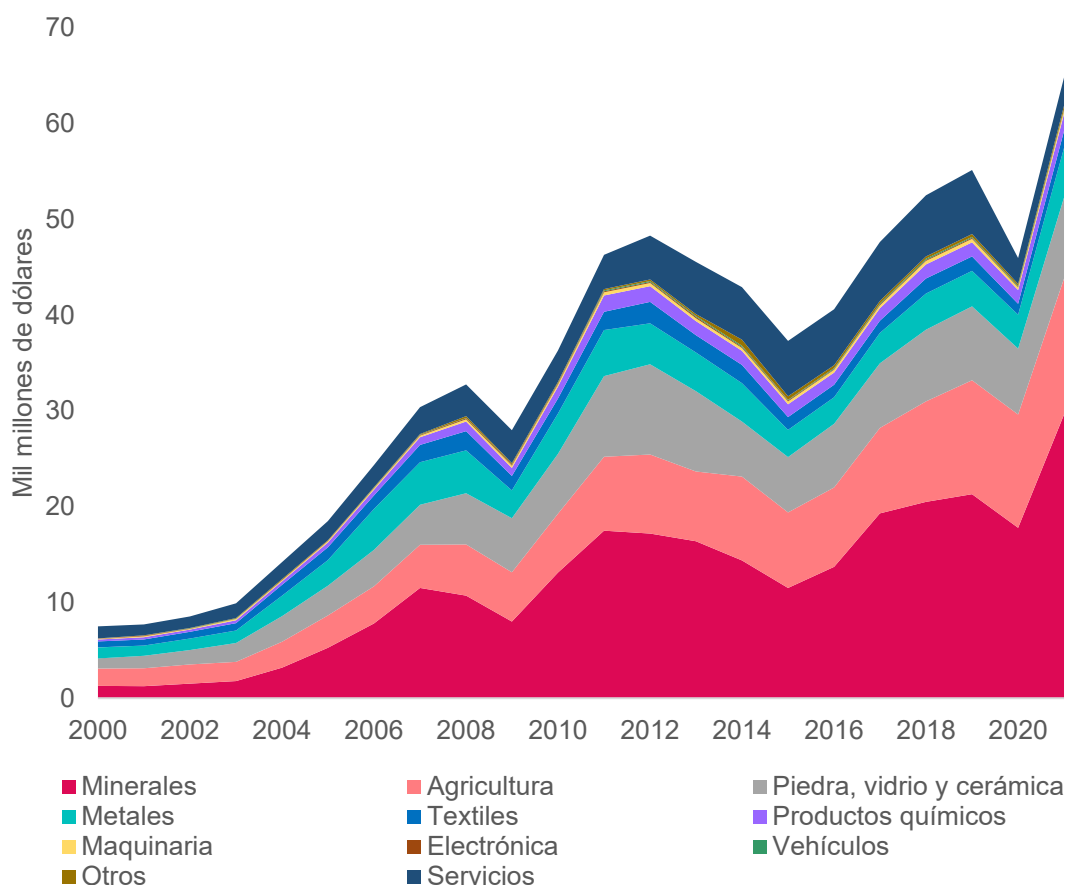


Figura 35. Perú: evolución de las exportaciones, según rubro, en el periodo 2000-2021 (mil millones de dólares).

Nota. Los datos corresponden a flujos comerciales en valores brutos. Elaboración Ceplan a partir de "The Atlas of Economic Complexity", de Harvard Growth Lab (2023).

En la Figura 36 se detalla la participación de diferentes productos en la canasta exportadora del Perú en el año 2021. En línea con lo anteriormente señalado, los minerales y productos de la agricultura dominan la composición total de las exportaciones peruanas. Entre los productos minerales con mayor participación, el cobre lideró con el 26,6 %, seguido de los minerales de hierro y concentrados con el 4,4 %, y el zinc con el 3,3 %. Por otro lado, los productos de la agricultura como la harina de pescado para alimentación animal⁽⁵⁾ con el 2,9 %; la palta, la piña y los mangos, con el 2,6 %; y las uvas, con el 2,1 %, representaron las mayores proporciones de exportación en esta categoría.

Según Harvard's Growth Lab, el Perú está en posición de aprovechar diversas oportunidades para diversificar su producción en el futuro, especialmente en sectores como maquinaria industrial, tintes, pinturas y tintas (Harvard's Growth Lab, 2023). Por su parte, la Unctad ha identificado oportunidades de exportación para 233 economías. En el análisis para el Perú se reveló la oportunidad de ofrecer 2353 nuevos productos más complejos que el promedio nacional, sumando los 8650 productos identificados hasta 2022. Entre los sectores con mayores oportunidades se encuentran maquinaria y aparatos mecánicos (11 % de oportunidad de exportación), químicos orgánicos (11 %), vehículos (11 %) y el hierro y acero (10 %), entre otros. Además, Asia se perfila como el principal mercado de estas nuevas oportunidades de exportación, representando el 40 %, seguido de Europa Occidental con el 21 % y América del Norte con el 13 % (Unctad, 2022).

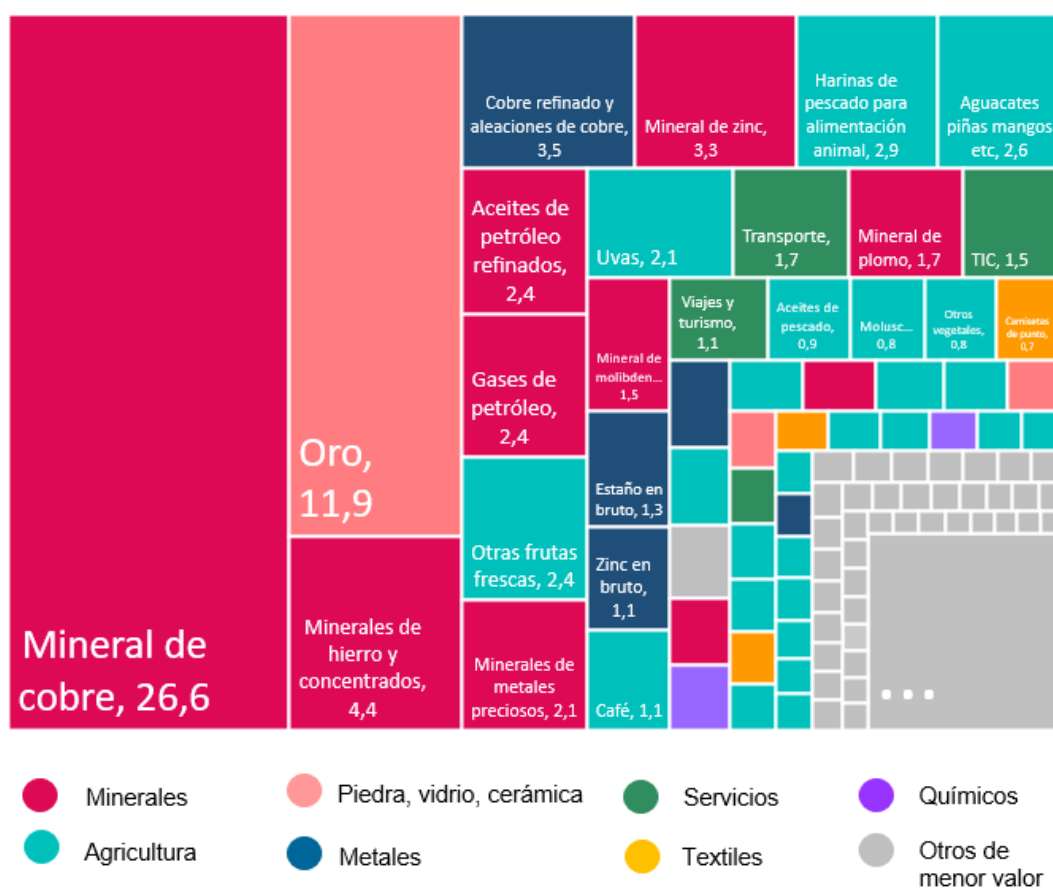


Figura 36. Perú: canasta exportadora, según productos, en 2021 (participación en las exportaciones totales).
Nota. Los datos corresponden a flujos comerciales en valores brutos. Elaboración Ceplan a partir de "The Atlas of Economic Complexity", de Harvard Growth Lab (2023).

(5) Harina, polvo y pellets, de carne o despojos, de pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana; chicharrones (chicharrones).

Para lograr una diversificación y complejidad en las exportaciones es crucial prestar atención a cuatro áreas críticas: gobernanza, educación, infraestructura y comercio abierto. Los gobiernos deben enfocarse en priorizar la optimización de la logística de transporte, mejorando la eficiencia en los puertos marítimos para acortar los tiempos de tránsito de las mercancías. Además, será vital implementar políticas que eliminen las barreras comerciales, fomentar la transferencia de tecnología durante los intercambios estudiantiles y, de igual manera, invertir en tecnologías de comunicación para mejorar la conectividad (Salinas, 2021).

Referencias

- Harvard's Growth Lab. (2023). The Atlas of Economic Complexity - Atlas 9.1. <https://atlas.cid.harvard.edu/>
- Hespeel, F. J. (2023). Perú en la economía mundial: Nuevas tendencias y estrategias potenciales de diversificación. Austria: United Nations Industrial Development Organization: <https://policycommons.net/artifacts/11284205/peru-en-la-economia-mundial/12169577/>
- Salinas, G. (23 de noviembre de 2021). How Countries Can Diversify Their Exports. IMF: <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2021/09/22/how-countries-can-diversify-their-exports>
- Unctad. (22 de septiembre de 2022). Catalogue of Diversification Opportunities 2022. <https://unctad.org/publication/catalogue-diversification-opportunities-2022>
- Unctad. (2024). Key Statistics and Trends in International Trade 2023. <https://unctad.org/publication/key-statistics-and-trends-international-trade-2023>
- Unctad Stat. (24 de octubre de 2023). Merchandise: Product concentration and diversification indices of exports and imports, annual. Recuperado 31 de marzo de 2024, de <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.ConcentDiversIndices>

CONSIDERACIONES FINALES

El reporte "Comercio Exterior y Turismo: Tendencias sectoriales para la anticipación estratégica" identificó y analizó diez tendencias significativas que impactan el sector y orientan su desarrollo hacia un futuro deseado. Entre los hallazgos destacan el incremento del comercio basado en la biodiversidad, la mayor apertura y simplificación de procesos para visas de turismo, y el creciente interés en el turismo sostenible. También se resalta el incremento de la digitalización de los procesos migratorios y el mayor uso de plataformas en línea para viajes, fenómenos que reflejan transformaciones en las dinámicas del sector. Además, se observan desafíos, como la menor diversificación de la canasta exportadora peruana, frente a oportunidades como el creciente aporte económico del turismo y la mayor promoción de la marca Perú.

Este reporte ofrece una evaluación de las diez tendencias priorizadas, subrayando su relevancia para la formulación de políticas y planes que fomenten un desarrollo sostenible, competitivo e inclusivo en los sectores de comercio exterior y turismo. Los resultados proporcionan una base sólida para comprender cómo estas tendencias están configurando el futuro de ambos sectores, destacando las áreas que requieren atención prioritaria para maximizar el impacto positivo de las inversiones y las estrategias implementadas.

Adicionalmente, se requiere mayor investigación para entender cómo estas tendencias interactúan entre sí y con otros factores contextuales que influyen en los sistemas de comercio y turismo. Esto permitirá a los planificadores actualizar y ampliar las tendencias identificadas o incorporar nuevas, en función de información relevante que contribuya al planeamiento estratégico de estos sectores.

Este estudio enfatiza la importancia de adoptar un enfoque prospectivo, estratégico y proactivo para abordar las tendencias del sector, asegurando que las políticas y planes estén alineados con las demandas cambiantes de la sociedad y de los mercados internacionales. A través de una planificación y ejecución efectivas, es posible convertir los desafíos en oportunidades, promoviendo sistemas de comercio exterior y turismo más inclusivos, equitativos y sostenibles.

Finalmente, las diez tendencias analizadas en este reporte han sido publicadas de manera desagregada y como fichas individuales en el Observatorio Nacional de Prospectiva, donde se integran con información sobre megatendencias y tendencias globales, regionales, nacionales y territoriales. Estas fichas están disponibles como una herramienta de referencia para los tomadores de decisión interesados en el desarrollo estratégico del sector.

El Observatorio Nacional de Prospectiva esta disponible en:

<https://observatorio.ceplan.gob.pe/inicio>



Centro Nacional de Planeamiento Estratégico

Av. Canaval y Moreyra 480 - Piso 21

San Isidro. Lima - Perú.

(511) 211 7800

webmaster@ceplan.gob.pe

www.ceplan.gob.pe