

# Con corona y sin maleta

4 de Agosto de 2020

**Por: Michel Hoffmann Ibález**

**Para Lampadia**

*La situación en el sector turismo es grave y el impacto socioeconómico dramático. Según la Superintendencia Nacional de Migraciones, en el pasado marzo llegaron a Perú 114.437 turistas extranjeros, lo que significa una caída del 69,5% en comparación con el mismo periodo de 2019. La expectativa para la segunda mitad del año no es alentadora.*

“Lima es un caos” es lo primero que piensa un turista cuando se sube al taxi y se da cuenta que se demora casi 2 horas para los escasos 20 km de trayecto entre el aeropuerto y su tranquilo hotel en Miraflores. El taxista lo reconforta hablándole de la riquísima gastronomía peruana con su exquisito ceviche y pisco sour o de las maravillas culturales.

Según los distintos informes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en el año 2004 llegaron al Perú 1.4 millones de turistas internacionales. En el año 2012 la cifra se duplicó superando los 2.9 millones de arribos. El último año ya eran 4.4 millones de turistas extranjeros los que visitaban el Perú. Adicionalmente, Promperú informó que el gasto promedio diario de un turista en el Perú es de US\$101. Los turistas permanecen habitualmente 10 noches y visitan tres departamentos del país, hospedándose en hoteles/hostales de 1 a 3 estrellas. El sitio turístico más visitado en el 2019 fue el santuario histórico de Machu Picchu con más de 1.5 millones de visitas registradas; 3 veces más que los turistas que llegaron en el año 2004. El segundo lugar más visitado por turistas es el centro comercial Larcomar con más de 1.4 millones de visitas de ciudadanos extranjeros, según propias declaraciones de la compañía. Yolanda Torriani, presidenta de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), destacó que **el sector turismo es la tercera actividad económica del Perú, generando el mayor número de puestos de trabajo, entre directos e indirectos y empleando a casi el 8% de la Población Económicamente Activa (PEA) lo que equivale a más de 1.3 millones de personas.** Además, es el tercer generador de divisas con un aporte de US\$ 4.570 millones a la economía nacional durante el 2018.

Si seguimos revisando estadísticas e informes encontraremos algunos avances importantes en el sector turismo como la incorporación al circuito turístico de Vinicunca (montaña de los siete colores) o en infraestructura como el inaugurado teleférico de Kuelap en el año 2017, contribuyendo con la descentralización de la oferta turística y generando mayores ingresos para sus localidades. Sin embargo, para la segunda mitad del año, la situación en el sector tiene un futuro incierto.

**Los últimos vuelos con turistas llegaron al Perú en marzo y durante la emergencia sanitaria no han llegado nuevos turistas, por el contrario, han retornado como pudieron gracias a las gestiones de sus respectivas embajadas.** Por otra parte, en cuanto las autoridades locales lo permitan, la compañía aérea holandesa KLM ha anunciado su interés en comenzar próximamente con la venta de pasajes para volver a operar

vuelos a partir de septiembre en América Latina. Sin embargo, la Unión Europea solo está permitiendo, desde el 1 de julio, el ingreso de ciudadanos de 15 países; en Americana Latina el único “país seguro” es Uruguay. Además, más allá de la oferta de vuelos o la “seguridad del país”, el temor al contagio en los ciudadanos extranjeros es grande y las noticias en Europa del Perú son pavorosas, decidiendo por ejemplo los ciudadanos alemanes a hacer turismo interno.

Nuestro caso no parece ser muy alentador y estamos lejos de ser “país seguro” con cada día más infectados y fallecidos. De prologarse esta dramática situación, la contracción del turismo, que afecta a taxistas, operadores de turismo, guías, hoteles, restaurantes y comercios, estos estarán paralizados por casi un año, llevando a la quiebra a las empresas, aumentado el desempleo de trabajadores y creciendo la pobreza nacional. La reactivación del sector es indispensable y será necesario un trabajo en equipo por parte del sector privado y público para generar confianza y atraer nuevamente turistas al país: “unidos ganamos, divididos perdemos”. **Lampadia**