



VIAJES



¿Cómo reactivar el sector turismo en el Perú? Cuatro expertos exigen estas medidas

“Estoy seguro de que más de 70% de las empresas hoteleras pequeñas y medianas van a quebrar por falta de caja si no existe una ayuda externa”, señala Pierre Berthier, gerente general del Grupo Aranwa. ¿Cómo debe funcionar la alianza público-privada en estos casos?

**Luciana Tello**

luciana.tello@diariogestion.com.pe

Actualizado el 30/04/2020 a las 11:31

Se estima que 50 millones de empleos relacionados al sector hoy están en riesgo en todo el mundo. En el Perú, donde el turismo es el tercer generador de divisas, todas las actividades relacionadas (hotelería, transporte, restaurantes) sobreviven con sus propios recursos. Sin embargo, con el cierre de las fronteras, los ingresos se han visto drásticamente afectados.

Por eso, cuatro expertos inmersos en el sector describen la situación y ofrecen sugerencias para reactivar la economía. ¿Cuántas de ellas son factibles de hacer?

Columna de José Koechlin Von Stein (Fundador de Inkaterra, presidente de la Sociedad Hoteles del Perú y Vicepresidente de CANATUR)

Una carta abierta de Gloria Guevara, presidenta del **World Travel & Tourism Council (WTTC)**, hace un llamado a los

ÚLTIMAS NOTICIAS



¿Es seguro volar? Estas son las probabilidades de contraer COVID...



Cruceros extienden hasta el 31 de octubre pausa de...



La esperanza de la vuelta de los cruceros en agosto empieza ...



gobiernos de todos los países para que tome medidas inmediatas, drásticas y decisivas para salvar al sector de **viajes** y **turismo** frente a la **pandemia** del **coronavirus**.

El futuro es una incógnita. ¿Cuándo reabrirán los **hoteles** y los **restaurantes** para el público local? ¿Cuándo lo harán para el público extranjero? ¿Cuántos extranjeros se atreverán a **viajar**, y en qué condiciones? Por lo pronto, lo urgente para nuestro sector, ahora mismo, es que sobreviva.

Como menciona la presidenta del **WTTC**, el sector viajes y turismo es “la columna vertebral de las economías de todo el mundo”. Sin este sector, la economía global sufrirá una grave amenaza existencial. Equivale al 10,4% del PIB mundial, genera 320 millones de empleos y, durante ocho años sucesivos, ha superado el crecimiento de la economía global. **Todos tenemos que embarcarnos en una alianza público-privada con una misión: evitar a toda costa que una crisis de salud global se convierta en una catástrofe económica mundial.**

El Gobierno peruano ya debe tomar una decisión. El sector de hotelería y turismo se ha organizado a través de **CANATUR**, a fin de presentar al **MEF** y a **MINCETUR** una serie de medidas que garantizarán nuestra supervivencia. No solo se requieren las formalidades de Reactiva Perú, sino con medidas puntuales que hoy son de suma urgencia. Hemos planteado al Gobierno dos grandes estrategias: 1) préstamos con aval del Estado para que las empresas afronten sus gastos y planillas, y 2) exoneraciones y flexibilidad tributaria para capear el temporal.

Para que sobreviva la inversión existente, es necesario proveer la capacidad financiera por vía de créditos a largo plazo otorgados por multinacionales con aval del Estado, a través de las cajas o de **COFIDE**. Exhortamos a que el Gobierno avale a los hoteles con líneas de crédito por un mínimo de 18 meses de gracia total y con 5 años de repaso.

Además, que se otorguen líneas de crédito hasta por 10 años y con el mínimo interés, a fin de cubrir las planillas y los gastos del presente año. Ello puede basarse en el 10% de los activos en libros, o en las ventas menos variables al 70%, tomándose como referencia el balance del año 2019.

En caso de accederse a medidas como la suspensión perfecta, se reduciría el número de años de financiamiento por el Estado.

Por otra parte, respecto a la ayuda del Gobierno mediante la

flexibilidad tributaria y el diferimiento del pago de impuestos, entendamos que la crisis del COVID-19 nos brinda la oportunidad de formalizar al sector Turismo en el Perú. Para ello se propone exonerar el pago a la renta durante los próximos 4 años.

Además, solicitamos la suspensión del pago del **ITAN (Impuesto Temporal a los Activos Netos)** por los próximos 4 años, medida que va de la mano con la exoneración del pago a la renta.

Asimismo, prorrogar el pago del IGV, lo cual contribuiría a reducir las tarifas. Ello permitiría incluir el 18%, así la rebaja no sería tan drástica. También se solicita la exoneración del pago del impuesto predial y los arbitrios para el presente año. Así como facilitar la devolución automática del IGV, sin necesidad de presentar llegada de turistas en el presente año.

A largo plazo, una vez sorteemos esta grave situación, será necesaria una campaña fuerte que promueva visitar el Perú, con estrategias innovadoras y por el desarrollo de diversos nichos de mercado. La percepción que hoy tiene el Perú a escala internacional es muy alentadora, y no debemos perderla. Tenemos una herencia cultural y una riqueza natural extraordinaria, y nos hemos posicionado muy bien gracias los servicios que ofrecemos, a nuestra excelencia y nuestra vocación de entrega.

Poblaciones como la de **Machu Picchu**, entre tantas otras en nuestro país, dependen exclusivamente del turismo. La alianza público-privada debe brindarles un tratamiento especial. Sigue como tarea pendiente mejorar el atractivo y la eficiencia de nuestros destinos. El turismo es quizá la manera más rentable de conservar nuestro patrimonio histórico y nuestra biodiversidad, y el camino más directo para que las comunidades locales alcancen el desarrollo sostenible. Sería gravísimo que el talento humano en nuestro sector se vea obligado a migrar a otras actividades que, en ocasiones, causan gran daño al medio ambiente, como la minería o la tala ilegales. ¿Cómo haremos para recuperar lo perdido?

Cuando viajar ya era considerado un derecho humano, es imposible imaginar un mundo en el que ya no se viaje más, por la pérdida de una industria que no fue apoyada por el Estado. No debemos actuar pronto, sino ahora.

Columna de Pierre Berthier, gerente general del Grupo Aranwa

El impacto del coronavirus sobre la **industria hotelera** y de la restauración es simplemente catastrófico. Como se sabe, desde el estado de emergencia los restaurantes y hoteles están o cerrados, o estaba con algunos turistas varados en provincia y Lima. Pero ahora después de un mes de estado de emergencia, casi todos los hoteles de provincia están cerrados, ídem por los restaurantes de todo el país.

La **industria hotelera** tiene un costo alto representado por su personal. ¿Si un hotel no genera ingreso y debe pagar una plaña de 30 a 200 colaboradores como lo puede hacer?

La mayoría de los **hoteles y restaurantes** han ahora aplicado con acuerdo mutuo el licencia sin goce haber y eso desde fin de marzo antes que se aprobó la suspensión perfecta. Sin embargo y como se sabe, un hotel es un edificio con bastante activo fijo y activo corriente. Los equipos necesitan tener su mantenimiento (frio, eléctricos, etc) Se tuvo también que vender o donar los productos perecibles que tenía el hotel a su cierre en marzo. Se debe por lo menos mantener entre 8 a 15 colaboradores para mantener el edificio.

¿Y qué futuro tenemos? Según las medidas tomadas por el gobierno y por tomar, veamos el futuro con mucho pesimismo. Se sabe que las fronteras van a seguir cerradas, se sabe que los medios de transportes terrestres y aéreos todavía no van a abrir antes de julio o agosto.

Un hotel o un restaurante no tienen las espaldas tan fuertes como una fábrica o institución bancaria. Estoy seguro de que más de 70% de las empresas hoteleras pequeñas y medianas van a quebrar por falta de caja si no existe una ayuda externa rápida.

El mundo entero esta como nosotros en Perú. Algunas soluciones que se podría tomar para sobrevivir son: hacer entrega a domicilio con nuestros restaurantes de hoteles, que no sea solamente los restaurantes de calle; tomar doctores o personal de salud que necesita estar cerca de su centro de salud; permitir a personas con coronavirus, pero sin necesidad de estar en hospital de quedarse en aislamiento en un hotel preparado a este efecto.

Seria algunas ideas de acciones a tomar hasta que la situación se restablece. Estas ideas pueden permitir a un hotel de ciudad de sobrevivir. Pero por hoteles como los que tenemos en el Colca, en el norte o en la zona de Cusco, allí si no pienso que veremos la luz pronto.

Columna e Teresa Villarreal, vicepresidente senior y directora de la Práctica de Turismo de Newlink

Pocos sectores presentan tanta afectación ante una crisis como el turismo, la industria que emplea a una de cada 11 personas a nivel global, según la Organización Mundial de Turismo (OMT). Y la nueva pandemia del coronavirus no es diferente, con países como Estados Unidos cerrando fronteras, donde el presidente Donald Trump comenzó vetando vuelos desde Asia y Europa.

Dichas restricciones son un ejemplo del pánico global ante el novel coronavirus SARS-CoV-2, causante de la enfermedad COVID-19, que se ha convertido en uno de los principales retos que enfrentan las instituciones y empresas en la industria del Turismo en la era de pandemia e hiperconectividad que vivimos hoy en día. En cuestión de segundos, la información cambia y los gobiernos y entidades deben mantenerse un paso adelante.

Anteriormente, yo he experimentado lo que es sobreponerse a las crisis en la industria de viajes, tanto en Newlink como en mi trabajo anterior, como directora de la oficina del Consejo de Promoción Turística de México para el sureste de Estados Unidos. En mayo del 2009, la influenza AH1N1 causó que el turismo hacia México se desplomara hasta en 60%. No obstante, con la estrategia comercial y de comunicaciones adecuada logramos mitigar el peor impacto, finalizando el año con una baja de tan solo 7.8%, comparando con cifras del 2008.

¿Como lo hicimos? Siguiendo el consejo más importante que puedo dar a los destinos que enfrentan hoy en día el coronavirus: **transparencia y oportunidad.**

En relación con la transparencia, es importante recordar que, si bien los organismos de promoción turística, los destinos o Ministerios de Turismo emiten información periódicamente para generar cierta cercanía con sus audiencias, el vocero principal en esta etapa es la entidad responsable de Salud Pública, ya sea el Ministerio de Salud de los países, o bien, en caso de una pandemia global, la Organización Mundial de la Salud. La entidad de Turismo actúa como multiplicadora de mensajes, incrementando el impacto del mensaje, y debe mostrar total transparencia en las comunicaciones.

La política a seguir es informar al público todo aquello que debe saber, pero de una manera que no genere pánico. De igual manera, todas las soluciones deben ser medibles científicamente y la información debe entregarse en tiempo

real, debido a la predominancia de las redes sociales en la viralización de mensajes.

La colaboración es clave. La industria turística debe trabajar hombro con hombro con las autoridades de Salud, permitiéndoles tomar el liderazgo en el rol de vocería.

Es importante que las entidades turísticas protejan los viajes futuros. ¿Qué significa eso específicamente? No deben quedarse quietos. Deben proteger las reservas con una comunicación constante para evitar perderlas en su mayoría. Por otro lado, trabajar con los clientes en sus reservas actuales es igualmente importante para mantenerlos a largo plazo. Las entidades turísticas también deben atender al consumidor indeciso, quien está esperando que las cosas mejoren. Estos son dos enfoques diferentes que aseguran futuras reservas.

Estos tiempos nos dan también una oportunidad para mejorar. En el caso de un virus, esto significa hacer una revisión exhaustiva de los métodos sanitarios, los posibles puntos de contaminación y otros procedimientos de prevención en centros turísticos, hoteles, cruceros, puertos de entrada, aeropuertos y cualquier lugar en donde interactúen los turistas. Por ejemplo, los aeropuertos de todo el mundo están utilizando detectores de fiebre para examinar a los pasajeros que puedan estar infectados. En el futuro, como resultado de la pandemia, todos los aeropuertos serán más sofisticados y estarán mejor equipados para posibles brotes. Simultáneamente, el objetivo no es asustar a la gente, sino mostrar cómo hay que prepararse y comunicar esto de manera abierta y transparente.

"Experiencias" es la palabra de moda en la comercialización de la industria turística desde hace muchos años; especialmente en lo que respecta a los viajeros *millennials* y a los *boomers* que se jubilan. Ya no compramos joyas ni pieles, sino lo que nos alimenta el alma. Los viajes son la fuente de esa experiencia nutritiva y son el bien máspreciado para todos nosotros. Ahora se nos pide que nos desconectemos, que nos aislemos mientras el mundo responde al coronavirus. A través de una gestión gubernamental responsable y los esfuerzos de organizaciones de salud mundial como la OMS, superaremos los estragos del coronavirus. Los viajes resurgirán de esto como siempre lo han hecho, y será la mayor oportunidad que todos tendremos para conectarnos con los demás una vez más. Con el esfuerzo adecuado ahora, como lo fue en México en 2009, la industria del turismo estará lista.

Todos los miembros de la industria -hoteleros, aerolíneas,

destinos- deben saber que no estamos compitiendo entre nosotros, sino que somos parte de un ecosistema a nivel local, nacional y global. Juntos seremos más fuertes y superaremos el miedo.

Columna de Jorge Zúñiga Quiroz (Experto en Hotelería y Turismo. Socio- Área Corporativa, Martinot Abogados)

En las últimas semanas, ha sido ampliamente difundida la importancia del turismo como generador de empleo directo e indirecto para nuestro país, su aporte en la hoy preocupante economía nacional y la necesidad de generar algún rescate al sector frente a la pandemia. Como sociedad, somos conscientes del gran peso del turismo tanto para nuestro PBI, las economías locales altamente dependientes de esta actividad, el trabajo e, incluso, para nuestra identidad frente al mundo, como “marca país”.

Si de verdad, luego de priorizar la salud, se quiere, como política nacional, ayudar al rescate financiero y defender puestos de trabajo en el turismo -y en especial al sector hotelero- hoy más que nunca la ciencia médica va a tener que ir de la mano con la ciencia social de la economía. Una no puede ser ajena a la otra.

El vigente rescate financiero previsto por el Decreto Legislativo N° 1455, para el sector hotelero, no es más que una aspirina o las mentadas gárgaras de limón con bicarbonato para curar los efectos del COVID-19. No servirá de mucho.

La cura de la pandemia, según entendidos, en un panorama realista, tardaría un año a un año y medio, quizás un poco más. En tanto no tengamos una cura y esta una vez descubierta pueda ser comercializada y llegue al alcance de la ciudadanía, estaríamos hablando aproximadamente del último trimestre del 2021. Esperemos sea en menos tiempo.

Muchas actividades económicas podrán adaptarse y encontrar fórmulas para que, con ayuda de la tecnología, seguridad sanitaria y una reinversión digital, puedan afrontar las duras secuelas económicas y de mercado generadas por la pandemia.

Pero un capital de trabajo de tres meses previsto por el rescate financiero del Decreto Legislativo N° 1455 es de muy corto plazo pues luego de ello el sector hotelero deberá afrontar obligaciones sin ingresos por muchos meses más.

Esperanzarse que la cura estará lista para julio del 2020 y en el mes siguiente se reactivaran los vuelos y los viajes es una

ilusión. Espero equivocarme y de acertar en mi pronóstico, el sector hotelero tendrá capacidad ociosa pues no se puede brindar alojamiento (core business) por “delivery”.

Dentro de este contexto, no es difícil saber que la reducción de costos es necesario, reducirse al máximo y así quedará un reducido personal en planilla sin hacer nada, salvo mantenimiento de instalaciones a puerta cerradas. Ello si existe la suerte de capotear un cierre permanente.

¿Que se necesita? Un plan de rescate sin precedentes para una situación sin precedentes. Un análisis realista sobre la base de un escenario realista. El panorama de cualquier mecanismo de rescate financiero debe considerar: (i) inactividad económica de año y medio; (ii) flexibilización en el análisis y exigencias de ratios crediticios pues encontrada la cura la reactivación no será inmediata; (iii) una ayuda sincera en materia fiscal, hoy existen hoteles sin huéspedes apretados por la administración tributaria; (iv) políticas de fomento; y, (v) reactivada la actividad turística una agresiva promoción pues es posible que el mercado turístico internacional será muy agresivo y no somos los únicos con destinos turísticos singulares.

Durante un plazo los hoteles tendrán que reinventarse y afrontar una realidad, nadie viajará si no hay seguridad, mientras tanto tendrán que trabajar muy duro para establecer mecanismos y protocolos sanitarios que generen confianza y por el lado del estado promover el turismo interno. Ese turismo interno, que salvo, fines de semanas largos o puentes, nunca ha tenido fomento alguno. Permitir, cuando se pueda viajar, que las empresas puedan deducir como gasto para efectos tributarios los viajes que inviertan en sus trabajadores puede resultar una ayuda pues si bien por un lado se deja de percibir la inversión del empleador en turismo interno por el otro: el hotel tiene ingresos, paga tributos, paga a proveedores, paga a trabajadores quienes compran bienes y servicios; y así la cadena de pagos se reactiva.

Me parece, sin temor a equivocarme, que dentro de los cambios que van ocurrir como consecuencia de la pandemia, ahora más que nunca se tendrá que poner prioridad al turismo interno, ese turismo 10 veces mayor al receptivo en países potencia en tanto damos batalla en el mercado mundial con nuestros mejores atractivos y con una infraestructura de primer nivel.

Las cifras de los efectos de una pandemia sin precedentes van cambiando de menos a más, y de un día al otro. Un daño sin precedentes requiere de una solución sin precedentes.

TAGS RELACIONADOS:

turismo Perú economía

NO TE PIERDAS

Contenido de **Gestión**



**Justicia de Nueva York
busca disolver poderosa
Asociación Nacional d...**



**Twitter restringirá
contenidos de medios
afiliados a Estados**



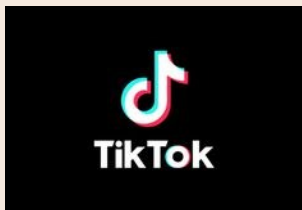
**Gestión En Vivo: Los
cambios en los
contratos de trabajo...**



**Vizcarra pide a
congresistas: "Dejemos
atrás las rencillas y no..."**



**Pandemia frena
comercio internacional
en Latinoamérica y se...**



Microsoft apuntaría a
comprar todo el negocio
global de TikTok, según...

GESTIÓN

Director Periodístico
JULIO LIRA SEGURA

Empresa Editora Gestión
Jorge Salazar Arazo N° 171, La
Victoria, Lima.

Copyright © gestion.pe
Grupo El Comercio - Todos los
derechos reservados

Ads help us run this site

When you visit our site, pre-selected companies may access and use certain information on your device to serve relevant ads or personalized content.

Learn More

Continue to site

- Information that may be used.
- Purposes for storing information.