



CÁTEDRA  
FERNANDO  
BELAUNDE  
TERRY

# LA MARGINAL DE LA SELVA **I**

INFRAESTRUCTURA DE  
CARRETERAS Y RELANZAMIENTO  
DEL TURISMO



UNIVERSIDAD  
SAN IGNACIO  
DE LOYOLA

25<sup>th</sup>



# LA MARGINAL DE LA SELVA

INFRAESTRUCTURA DE CARRETERAS Y RELANZAMIENTO DEL TURISMO

**Foro Digital**

“Influencia de la infraestructura de carreteras y La Marginal de la Selva en el relanzamiento del turismo post COVID-19”

Lima, 11 de junio de 2020





## INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA DE CARRETERAS Y LA MARGINAL DE LA SELVA EN EL RELANZAMIENTO DEL TURISMO POST COVID-19

© Universidad San Ignacio de Loyola

Primera edición, junio 2020

© De esta edición  
Universidad San Ignacio de Loyola  
Fondo Editorial  
Calle Toulon 330, La Molina  
Teléfono: 3171000, anexo 3705

Director: José Valdizán Ayala  
Editor: Luis Alberto Chávez Risco  
Corrección de estilo: Rafael Felices Taboada, Rosario Dávila Mestanza  
Diseño y diagramación: Sergio Pastor Segura  
Cuidado fotográfico: Enrique Bachmann  
Colaboradores: Víctor Vega, Karla Díaz, Junior Casana, Maricarmen Núñez, Cristina Foy

Las fotografías fueron descargadas de [www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú  
N° 2020-04097

Impresión  
Publicaciones USIL  
Av. Paul Poblet Lind s/n, Sub Lote B, Parcela 1, Fundo Carolina,  
Pachacámac.

Junio, 2020

Tiraje 150 ejemplares

Se autoriza la reproducción total o parcial de este libro, por cualquier medio, respetando los créditos del Fondo Editorial.

## ÍNDICE

<b>RAMIRO SALAS</b> Presentación	8
<b>RAÚL DIEZ CANSECO TERRY</b> Integración nacional y continental para el desarrollo del Perú y del mundo	10
<b>MIGUEL ROMERO SOTELO</b> Belaunde nos enseñó a aprender de nuestras civilizaciones	16
<b>GUIDO VALDIVIA RODRÍGUEZ</b> Para desarrollar el turismo se debe acondicionar y articular el territorio	26
<b>CARLOS CARCHERI COSTA</b> El turismo como alternativa de desarrollo nació con Belaunde	36
<b>CARLOS CANALES</b> Queremos que la selva sea la región del <i>birdwatching</i> en Sudamérica	50
<b>Reflexiones finales</b>	60
<b>Resumen del editor</b>	64



# PRESENTACIÓN

## **Ramiro Salas**

Rector de la Universidad San Ignacio de Loyola



**E**ste año la Universidad San Ignacio de Loyola celebra 25 años de trabajo académico con una altísima influencia y aporte al proceso educativo en nuestro país. Por esa razón, nos sentimos muy orgullosos de esta Cátedra Fernando Belaunde Terry que tiene como propósito conocer, reflexionar y revalorar las ideas que sobre el desarrollo del país pensó y ejecutó el dos veces presidente democrático del Perú.

La Cátedra Fernando Belaunde Terry se convierte así en una maravillosa plataforma para verter ideas, analizar el país desde todos los ángulos y, al mismo tiempo, convocar a nuevas mentes, a jóvenes estudiantes que se sumen al conocimiento profundo del Perú.

Quiero recordar que el tema del foro digital que nos convoca fue impulsado en el primer gobierno del arquitecto Belaunde, en el que se creó el concepto de turismo organizado, con el soporte de la UNESCO.

Desde entonces, el turismo fue visto como una herramienta de progreso para los países en vías de desarrollo, lo que se valida con esta obra portentosa como es La Carretera Marginal de la Selva –hoy llamada con toda justicia Carretera Fernando Belaunde– que se proyecta de norte a sur por toda la ceja de selva y hace posible que cientos de pueblos puedan interconectarse y creen su propia capacidad de desarrollo.

Esta cátedra, que a la vez es una plataforma digital, nos permitirá conectarnos con el Perú y el mundo para expresar libremente nuestras ideas. Como rector de la Universidad San Ignacio de Loyola tengo el inmenso placer de presentar este foro denominado “Influencia de la infraestructura de carreteras y La Marginal de la Selva en el relanzamiento del turismo post COVID-19”.



**Raúl  
Diez Canseco Terry**

Ex vicepresidente del Perú y Fundador  
Presidente del Grupo Educativo USIL

Visión y liderazgo del presidente Belaunde:

**INTEGRACIÓN NACIONAL Y  
CONTINENTAL PARA EL DESARROLLO  
DEL PERÚ Y DEL MUNDO**

**H**ubo en la historia de nuestra patria políticos y emprendedores visionarios que se anticiparon a los momentos que se vivieron y se proyectaron hacia el futuro. Uno de ellos fue Fernando Belaunde Terry, quien tuvo la capacidad de proyectar, imaginar, estudiar, diseñar y ejecutar esta obra de desarrollo interamericano como es la Carretera Marginal de la Selva para conectar el Perú, la región sudamericana y el mundo.

Esta obra fue un puente trascendental e importante por lo que ha significado para el desarrollo y la integración nacional e intercontinental. La Carretera Marginal de la Selva es una carretera integradora, una vía que amplió las fronteras e integró a pueblos aledaños que hoy tienen una oportunidad de desarrollo, tanto económico como social. Han pasado muchos años desde entonces y, qué duda cabe, se cumplió esa visión, ese ideal, esa propuesta, que después se hizo realidad gracias al presidente Belaunde.

« La Carretera Marginal de la Selva es una vía integradora que amplió las fronteras y conectó pueblos aledaños que hoy tienen oportunidades de desarrollo económico y social ».

### LA HUELLA DE RAIMONDI

Para hacer historia, primero hay que recordar. El presidente Belaunde hablaba de esa carretera a fines de los años 50, cuando no había satélites, ni internet, ni las comunicaciones de las que disfrutamos hoy. Belaunde conoció el país porque lo recorrió; fue como seguir la huella de Antonio Raimondi, quien recorrió más de 45 mil kilómetros del Perú a pie, a caballo, en barco, en canoa. Sus observaciones y estudios fueron recogidos en el *Atlas Geográfico del Perú*, de Mariano Felipe Paz Soldán.

Belaunde conoció y recorrió ese atlas como las palmas de sus manos, y le permitió visionar la gran oportunidad de desarrollo que tenía la selva, hasta entonces olvidada, que ocupa más del 64% del territorio nacional. Él observó las grandes posibilidades que tenía, y sigue teniendo la selva, de ayudar al país y al mundo en la seguridad alimentaria, y cómo se podría articular una vía integradora que no solamente atravesase los pueblos de la serranía peruana, sino también Ecuador, Colombia y Venezuela, en el norte, y Bolivia, en el sur.

### UN CONTINENTE UNIDO

Esta carretera fue plasmada por un acuerdo de integración sin precedentes en la historia peruana, en el año 1963, cuando Belaunde es elegido presidente del Perú e impulsa y desarrolla, ese mismo año, un acuerdo inolvidable de integración de la Comunidad Andina. El llamado de Belaunde convocó a los presidentes y a los cancilleres de la época, e inmediatamente se pusieron a trabajar Colombia, Ecuador, Bolivia y Perú.

En 1964 se aprobaron los estudios para iniciar esta importante obra en beneficio de la región. Los primeros trabajos se iniciaron en el eje Tingo María-Moyobamba y, más tarde, en el tramo Jaén-San Ignacio. Con eso se logró la unión de la carretera Lima-Pucallpa.

Debo mencionar que el gobierno militar de Velasco dejó paralizada esta obra durante más de 10 años, por lo que solo se llegó a concluir 900 kilómetros en aquella época. Hoy son 5584 kilómetros de extensión, de los cuales 1320 kilómetros le corresponden a Colombia, 860 kilómetros a Ecuador, 950 kilómetros a Bolivia y 2454 kilómetros al Perú. En cuanto al Perú, habría que decir que, a pesar de haber pasado tantos años, hay pequeños tramos que todavía no están asfaltados.

### AGRICULTURA DE EXPORTACIÓN

La Marginal benefició de inmediato a más de 600 mil habitantes. Gracias a ella, los pobladores de la zona pudieron comercializar maderas de alto valor en el mercado, como cedro, caoba y tornillo. Pero, además, un impacto contemporáneo de esta obra es lo que se conoce como El Milagro Sanmartinense. Estudios realizados

en la zona revelan que, en 1992, la coca representaba el 46% del valor bruto de la producción agraria regional, cifra que bajó a 7,4% en el 2006. En ese mismo periodo, el aporte del narcotráfico al PBI regional pasó de 17% a 1,9%. La sustitución de cultivos alternativos, como el café, el cacao, la palma aceitera, entre otros, se debe a la posibilidad de contar con una carretera como la Marginal.

Hace años el Perú hizo una compensación sin precedentes con el Gobierno americano para lograr que 30 mil hectáreas de cultivo sean dedicadas al cacao que, hoy en día, es uno de los productos de exportación más importantes del país. Este proyecto avanzó, a tal punto que, en el año 2010, la región San Martín logró la instalación de un Centro de Innovación Tecnológica del Cacao (CITE Cacao). En ese sentido, el Gobierno Regional de San Martín, la Universidad San Ignacio de Loyola y la Universidad Nacional de San Martín realizaron una alianza estratégica y formaron la Asociación Verde Amazónico para organizar y tecnificar la producción de la materia prima del chocolate y exportarla a los mejores mercados de Europa, como Suiza, Italia, Bélgica y Francia. Este centro de innovación tecnológica ha permitido ayudar a las comunidades nativas de la zona en mejorar el rendimiento de su cacao y fortalecer la semilla para las exportaciones; tarea que, por supuesto, necesita ser robustecida.

La Marginal de la Selva también permitió la ampliación de la frontera agrícola y la expansión de cultivos como el café orgánico de alta calidad. San Martín es por esa razón un espacio propicio para el desarrollo de la agricultura de exportación.

Saludamos la decisión de nuestro querido arquitecto Miguel Romero Sotelo, director de la Cátedra Fernando Belaunde Terry, de iniciar esta serie de presentaciones con una obra visionaria de desarrollo que permitió que el Perú integrara a su territorio un área de gran potencial para su progreso presente y futuro.

La carretera está allí, como luz de esperanza en las tinieblas, y sigue esperando para el desarrollo e implementación de una nueva agricultura, que en el contexto actual, con el COVID-19, ha emergido en este nuevo orden, donde los países requieren mejorar su estado de alimentación, mucho más nutritivo y saludable. Y ahí tenemos, para beneplácito del Perú y del mundo, los *superfoods*, alimentos que agricultores campesinos y nativos han conservado por milenios y que hoy son nuestra reserva de crecimiento, salud y desarrollo.

« La carretera fue plasmada por un acuerdo de integración sin precedentes en la historia peruana durante el primer gobierno del presidente Belaunde, el cual llevó hacia un acuerdo inolvidable de integración de la Comunidad Andina ».



## **Miguel Romero Sotelo**

Decano de Arquitectura de USIL y director  
de la Cátedra Fernando Belaunde Terry

El territorio, un espacio para crear:

## **BELAUNDE NOS ENSEÑÓ A APRENDER DE NUESTRAS CIVILIZACIONES**

**E**l propósito fundamental de la Cátedra Fernando Belaunde es mantener viva la memoria del presidente Fernando Belaunde Terry, la cual ha tenido un conjunto de visiones, gestiones y obras que nos permiten ahora comenzar a reflexionar, analizar y hacer propuestas que puedan transformar el territorio nacional, pero con una característica: la transformación debe tener talento porque los antiguos peruanos, como los chimúes, los wari, los tallanes o los incas, cuando transformaron este territorio, que es un lienzo en blanco, fueron dejando huella con el trabajo comunitario de su investigación y talento.

Basta con ver los testimonios que el turismo mundial puede disfrutar hoy, como Machu Picchu, la séptima maravilla del mundo, una obra donde se combinan la ingeniería, la arquitectura, el medio ambiente y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible estipulados por la Organización de las Naciones Unidas. En Machu Picchu se puede notar, por ejemplo, el trabajo de ingeniería hidráulica que desarrollaron los antiguos peruanos –civilizaciones con mucho conocimiento–, quienes entendieron que la lluvia podía erosionar un territorio que no es cuidado. Así crearon la andenería y condujeron toda esta energía hacia los ríos para tener agua en la ciudadela. Este encuentro entre la ciudad

y el recurso natural es una forma de agregarle valor al paisaje natural con el conocimiento humano.

El presidente Belaunde afirmaba: “El Perú como doctrina”. Es decir, los grandes maestros, que son las civilizaciones que transformaron el territorio, tenían que darnos, a nosotros los contemporáneos, ese *input* tan importante del emprendimiento y del conocimiento para transformar el territorio con mucho esfuerzo. Pero el pensamiento de Belaunde no se quedaba solamente en el territorio nacional. Este pensamiento era latinoamericano y global.

#### BIBLIOTECAS DE PIEDRA Y BARRO

También quiero concentrar su pensamiento en otra frase que escuché en la Universidad de Ingeniería: “Jóvenes, ustedes tienen bibliotecas de piedra y de barro de dónde adquirir conocimiento”. Esta forma tan sintética, sencilla, pero a la vez tan nutriente para el conocimiento, creó una corriente de pensamiento que en esta cátedra queremos enriquecer con la participación de los jóvenes y de toda la ciudadanía para poder tener no solo ideas, sino proyectos, gestión y obras para el servicio del bienestar de la población, pero, preferentemente, para los más débiles de la economía nacional.

*La conquista del Perú por los peruanos* es un libro de mucha reflexión, donde el presidente Belaunde desarrolla un análisis de lo que significa un área como la Amazonía peruana, que ocupa el 60% del territorio nacional y que estaba totalmente despoblada. Belaunde decía que nuestro vivero humano de la cordillera debía

ir hacia la costa y a la selva, de manera que se pudiera crear el equilibrio hombre-tierra.

#### IMPACTO DE LA MARGINAL DE LA SELVA

Su libro *Aspectos geográficos de la selva alta peruana que será recorrida por la carretera marginal sudamericana*, que se halla en la biblioteca de la Universidad San Ignacio de Loyola, fue producido por el Instituto Nacional de Planificación y aparece fechado el 9 de agosto de 1964. Es decir, el presidente asume y el proyecto ya existe, porque él tenía la formulación de la idea e inmediatamente la ejecuta. El presidente Belaunde no llegó al Gobierno desprovisto de proyectos, sino con un conjunto de planes para desarrollar el Perú.

En el libro *La conquista del Perú por los peruanos* también podemos ver todos los caminos incas –el Qhapaq Ñan– que, con un recorrido de 40 mil kilómetros, enlazan una serie de ciudades latinoamericanas. Asimismo, podemos notar cómo el presidente Belaunde veía el rol de las 7500 hectáreas de la Cordillera de los Andes que, como una espina, atraviesa Sudamérica uniendo los territorios de Ecuador, Colombia, Venezuela, Perú, Bolivia, Argentina y Chile, así como las cuencas de La Plata, del Amazonas y del Orinoco.

La cuenca del Orinoco involucra a Ecuador, Colombia y Venezuela. La cuenca del Amazonas es fundamentalmente la relación del Perú con Brasil, que tiene más de 200 millones de habitantes y con el que estamos unidos por la red fluvial del Amazonas, que nace en el cañón del Cotahuasi, en Arequipa, y luego se bifurca hacia la selva mediante los ríos Marañón y Huallaga, y por ello se

ha mencionado aquí a la región San Martín, a la que esta carretera le ha dado resultados reales.

La región San Martín tiene 900 mil habitantes, y su crecimiento económico, especialmente con la palma aceitera, el cacao y el café, que están en alza, la ubica como una importante región para el desarrollo agroexportador. Actualmente aporta el 1,3% del PBI nacional. Hoy nos preguntamos: ¿Valió la pena la visión del presidente Belaunde? Consideramos que sí. El bienestar cultural, social y económico así lo demuestran.

Cuando tuve la oportunidad de hacer mi tesis de bachiller, justamente en la ciudad de San Martín, conocí la grandeza de nuestros compatriotas localizados en la Amazonía; conocí Juanjuí, Lamas, Moyobamba, Cuñumbuque, Rumisapa, Maceda, Morales, Tarapoto y una serie de villorrios, donde hicimos la tipología de los asentamientos humanos en el río Mayo.

He visto cómo la tierra se iba transformando y ese trazo de la Marginal, que no solo era geométrico, sino que producía y provocaba el desarrollo, porque se cuidaron las pendientes de la geografía y se estudió el clima para ver en qué zonas se podía producir arroz, palma aceitera, cacao; es decir, la biodiversidad de nuestro territorio, que fue conocido y ejecutado como un trazo que produjera desarrollo humano. En buena cuenta, este es un pensamiento tangible que tiene sostenibilidad en el tiempo.

« Belaunde decía que nuestro vivero humano de la cordillera debía ir hacia la costa y a la amazonía de manera que se pueda crear el equilibrio hombre-tierra ».

### LA INTEGRACIÓN DE LA AMAZONÍA

Aquí tenemos el Qhapaq Ñan, con una longitud de 40 mil kilómetros, que dio lugar a tejidos urbanos en Huánuco, en Lima, en Santiago, en Pasto, en Quito, en diversas ciudades que se van armonizando en torno a una infraestructura de carácter latinoamericano. Es la visión cósmica que han tenido los antiguos peruanos y que involucra a un conjunto de territorios donde hay una serie de poblaciones que tienen un equilibrio hombre-tierra.

En la etapa de la República, el presidente Belaunde, complementando lo que ya habían hecho los antiguos peruanos, quienes trabajaron la costa y el Ande, trabaja la Amazonía, un territorio que estaba abandonado, por lo que plantea la Marginal de la Selva, con la particularidad de poder integrar la cuenca del Orinoco con la cuenca del Amazonas y la cuenca de La Plata. Esa visión hace que ese trazo tenga la aprobación de los gobiernos de turno, los cuales indicaron que este sería el nuevo eje económico para América Latina, no al exterior, sino al interior de la región. Era un pensamiento que toma la mirada al interior milenario y al exterior. No somos una isla, somos una integración.

El presidente Belaunde siempre decía: “No repartamos pobreza; repartamos riqueza mediante la ampliación; sumemos,

multipliquemos; no dividamos”. Siempre fue un hombre de consenso.

« Tenemos que seguir la ruta de un país con raíces milenarias que nos da la autenticidad e identidad, y, a la vez, como un país moderno que utiliza la tecnología para desarrollar y lograr el bienestar en la era digital ».

### VISIÓN GEOPOLÍTICA

La visión geopolítica de nuestro país bioceánico es posible porque nosotros ya tenemos infraestructura para vincular la cuenca del Atlántico con la cuenca del Pacífico, a través de esta integración intermodal de carretera más fluvial. La cuenca del Pacífico es el nuevo espacio social, cultural y económico del mundo. Anteriormente, la cuenca del Atlántico tenía ese lugar, pero ahora es la República Popular China, la India, Australia, Oceanía, Norteamérica y México; ahí funciona la Alianza del Pacífico, la relación de México, de Colombia, de Perú y Chile.

Tenemos que seguir la ruta de un país con raíces milenarias que nos da la autenticidad y la identidad, pero, a la vez, de un país moderno que utiliza toda la tecnología del mundo para poder desarrollar y lograr el bienestar en una era digital a la que hemos ingresado de manera muy fuerte. Y una prueba es esta reunión donde, mediante una plataforma digital, estamos conectados con Estados Unidos, Paraguay y Perú. Es decir, estamos viendo el poder de esta nueva era.

### EL NUEVO ORDEN DIGITAL

Así como la era industrial causó una serie de desórdenes y un nuevo orden, esta era digital va a traer un nuevo orden. Por ejemplo, la familia vuelve al hogar; la persona ya no es la escala, sino la familia; ya no son los indicadores cuantitativos, sino los cualitativos; en otras palabras, la felicidad de las personas. Realmente se nos presenta un futuro buenísimo si es que nos ponemos a trabajar el talento de los jóvenes y de toda la ciudadanía para ejecutar estos planteamientos y no se queden en ideas y proyectos, sino que se hagan tangibles en obra, función y desarrollo de la colectividad.

Procesalmente, los jóvenes en las universidades tendrán un rol fundamental, que no solo se da con el conocimiento en las aulas, sino con el conocimiento del territorio. Necesitamos contar con una ley de ordenamiento territorial y una ley del suelo urbano, donde el turismo tendrá un rol preponderante. Cuando uno conoce el territorio nacional, se queda emocionado de ver cuánta maravilla nos brinda y cuánta cultura tiene nuestra población y todas las etnias que vivimos en este maravilloso país llamado Perú.





## **Guido Valdivia Rodríguez**

Director ejecutivo del Instituto Ciudades Siglo XXI. Viceministro de Vivienda y Urbanismo 2004-2006. Presidente del Banco de Materiales y del Fondo MiVivienda 2004-2006.

La importancia de la planificación:

**PARA DESARROLLAR EL TURISMO SE  
DEBE ACONDICIONAR Y ARTICULAR  
EL TERRITORIO**

**D**e Fernando Belaunde debemos rescatar aquella visión territorial en la que las actividades económicas se articulan alrededor del territorio. En este aspecto, Belaunde fue, sin duda, un visionario, pero también un agente de cambio, y eso es muy difícil de conseguir. La Carretera Marginal de la Selva forma parte de un sistema de desarrollo de infraestructura de América del Sur; es esa “columna vertebral” que une las tres cuencas sudamericanas que Belaunde pudo convertir en realidad.

El turismo es, esencialmente, un tema territorial, porque uno visita lugares que deben estar preparados para recibir a quienes acuden a él, lo que demanda una gran inversión en infraestructura para pasar del atractivo turístico al destino turístico. Belaunde tuvo claro que para desarrollar el turismo hay que acondicionar el territorio e incluir a la población. No se puede preparar una zona sin planificar previamente, porque si no, cuando se generan las oportunidades económicas, llega la ocupación informal, como la de Aguas Calientes, en Cusco, que casi destruye Machu Picchu y que ha costado muchísimo organizar para que no cause un impacto negativo en el santuario del que todos estamos orgullosos.

El dos veces presidente de la República supo que el Estado tenía un rol clave en este proceso de planificación y acondicionamiento territorial, que es poner el territorio al servicio de la sociedad y, también, de la producción.

Existen casos en el mundo en donde esto ocurre, pero en el Perú nos hemos olvidado de la dimensión territorial del progreso. Ocurrió en Cancún, un lugar inhóspito, que se escogió precisamente por su difícil acceso, porque un objetivo del Gobierno mexicano de aquel entonces era desarrollar su territorio bajo el argumento: “Si acá no funciona un balneario de lujo, nada va a funcionar”.

Con esa visión lograron hacer eficiente un territorio que, de otra manera, difícilmente se hubiera integrado a la estrategia de desarrollo. Lo que hizo el Estado mexicano fue elaborar un Plan Maestro con tres áreas claves: una zona turística (hoteles, centros de esparcimiento), el aeropuerto y una zona para alojar a la población (área para la vivienda). La vivienda y el alojamiento de la sociedad son indispensables en cualquier desarrollo territorial y productivo. Hoy, Cancún es el destino más visitado de América Latina.

### ESTRATEGIA DE DESARROLLO

Por otro lado, el transporte aéreo es una condición para el desarrollo territorial. Eso lo tuvo muy claro el presidente Belaunde al inaugurar el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. Él llevó a cabo una estrategia de modernización de los aeropuertos a nivel nacional, pues son vitales para el desarrollo del turismo y de cualquier actividad. Hubo grandes proyectos de hoteles, como el caso del Hotel de Turistas de Tarapoto, alojamientos que, además,

tenían la virtud de poseer una gran arquitectura. Es importante saber que los hoteles pueden ser, también, un factor de desarrollo urbano, de enriquecimiento estético. El presidente Belaunde tuvo la capacidad de entender la vinculación del alojamiento como disparador del turismo y, como se trataba de destinos todavía no desarrollados, era el Estado el que debía cumplir la tarea inicial de generación de un mercado, tal como fue el caso del Hotel de Turistas de Tumbes, que fue uno de los diseños del propio jefe de Estado para enriquecer la oferta turística del Perú.

**« Para desarrollar el turismo se debe planificar y acondicionar el territorio, poniéndolo al servicio de la sociedad y de la producción. Cada parte del territorio tiene una potencialidad y, si no la hay, hay que crearla ».**

### TURISMO DE RECREACIÓN

El turismo es una oportunidad para el desarrollo. Mónaco, por ejemplo, era un territorio dedicado a la agricultura, que perdió esa característica debido a las guerras y se redujo a un principado muy pequeño. Entonces, al príncipe se le ocurrió que podría dedicar su territorio al juego y creó el famoso Casino de Montecarlo, que hasta ahora es uno de los más visitados del mundo y atrae un tipo de turismo que también hay que valorar. Las Vegas es otro caso de éxito, ubicado en medio del desierto, donde se produjo una estrategia de desarrollo. Lo mismo en Macao, un territorio muy particular de China, que tiene el mismo régimen de Hong Kong y que antes había sido una colonia portuguesa y se cimentó

alrededor del turismo del juego, permitiendo el desarrollo del territorio.

Siempre me interesó el tema del turismo y, también, el del turismo de recreación y de juego. Alguna vez, cuando estábamos en el Gobierno, hablábamos con el alcalde de Ica y le planteaba por qué la Huacachina no puede ser una zona de desarrollo del turismo de juego: está cerca de Lima Metropolitana y de otros atractivos, posee un espacio interesante y, además, ya tenía, desde hacía mucho tiempo, un objetivo recreacional.

Para que el turismo genere una oportunidad de desarrollo, todo el territorio debe estar acondicionado; cada parte del territorio tiene una potencialidad y, como hemos visto, si no la hay, entonces hay que crearla. Ahí viene la frase del ingeniero Gabriel del Mazo que Belaunde citaba: “La ingeniería es la fe de erratas de la geografía”. Es una bella metáfora, porque la inmensidad de la naturaleza hace que el trabajo humano se empequeñezca, pero, a la vez, la fe de erratas es un elemento indispensable para entender lo que se escribió. Es una frase que describe muy bien la tarea que tenemos los ingenieros y los arquitectos. Nosotros estamos obligados a aprovechar la potencialidad del territorio, a transformarlo, y para eso hay que articular actividades con los centros urbanos y asegurar los recursos básicos (agua, energía, alimentos). No hay territorio que no se desarrolle si es que no tiene resuelto ese tema.

### TURISMO Y DIVERSIDAD

Belaunde entendió que la diversidad geográfica, ecológica y cultural del Perú ayuda a la productividad; quizá lo entendió

mejor que nadie, y por eso sus grandes esfuerzos por generar la infraestructura de la que ahora todos disfrutamos. El turismo debe aprovechar esa diversidad. El Complejo Arqueológico Kuélap es un ejemplo de ello. En la época en que Raúl Diez Canseco fue ministro de Comercio Exterior y Turismo se planteó el desarrollo de Kuélap. Se hizo una gran obra que fue el teleférico, que se inauguró después. Porque, siempre que hay obras de dimensión, la maraña burocrática juega su rol en contra, pero igual se enriqueció muy fuertemente.

La zona de Chinchero y del Valle Sagrado también está vinculada a la impronta de Belaunde. El nuevo aeropuerto que se proyecta construir atraerá una cantidad impresionante de visitantes, pero se necesita contar con un plan de desarrollo de todo el Valle Sagrado para protegerlo, promover inversiones y tener un modelo de gestión del suelo para que no se deprede, lo que implica un modelo de gestión urbana.

### PLAN MAESTRO Y CENTROS HISTÓRICOS

Los centros históricos también son zonas donde se puede desarrollar turismo, siempre y cuando se tenga un plan, una visión. Como ejemplo de ciudades históricas bien gestionadas tenemos a Antigua, en Guatemala, y a Cartagena, en Colombia. Quizás esta última es la zona más emblemática, un espacio que ha sabido vincular playa, historia y modernidad, algo en lo que deberíamos centrarnos. Tenemos a Cuenca, en Ecuador, donde se vincula infraestructura de transporte con el desarrollo del Centro Histórico.

Tiene que haber un plan maestro que aproveche las potencialidades, como es el caso de dos lugares españoles: el Mercado de San Miguel (Madrid) y el Mercado de Santa Caterina (Barcelona), que son centros de comercio convertidos en centros de desarrollo turístico sin perder su fin. ¿Por qué no podemos hacer esto con San Camilo, en Arequipa? Un mercado histórico, patrimonio cultural, con estructuras de fierro diseñadas por el famoso ingeniero francés Gustave Eiffel, una obra maravillosa que se podría convertir en un atractivo turístico.

« Articular actividades con los centros urbanos y asegurar los recursos básicos (agua, energía, alimentos), es indispensable para aprovechar el territorio ».

#### APROVECHAR EL MAR

El mar es, igualmente, un lugar para el desarrollo turístico, siempre que tenga infraestructura. En Tumbes y en Piura se podría consolidar un turismo de playa que compita con el de América del Sur y el de América Central. Pero se necesita un plan, como el famoso Proyecto de Playa Hermosa que, desgraciadamente, fue paralizado por la falta de visión. En Tacna se puede generar un balneario regional. Casi 2 millones de chilenos atraviesan la frontera todos los años –menos ahora, por las restricciones– y podrían quedarse en esa ciudad, en el balneario regional que atienda el sur del Perú, el norte de Chile y, también, el norte de Argentina. En Moquegua hay un espacio desperdiciado que es



Boliviamar. Puede ser la oportunidad para consolidar una zona balnearia con inversión boliviana, dirigida a sus habitantes, pero al lado se podría generar un balneario para los moqueguanos. Lo que falta son áreas de esparcimiento, de entretenimiento y una visión de territorio.

La Costa Verde es uno de nuestros principales recursos turísticos y recreativos en Lima Metropolitana y de toda la costa del Pacífico Sur. Otro lugar muy visitado es Larcomar, un proyecto que fue muy criticado en su tiempo, pero que ahora adquiere una relevancia muy importante porque no solo es un lugar que alberga a los limeños, sino a todos los peruanos y, además, a turistas. Pero esto no salió de la nada. Fernando Belaunde, junto con profesionales como Ernesto Aramburú Menchaca y otros, promovió el desarrollo de la Costa Verde como un gran espacio urbano. Asimismo, se dio cuenta de que debía albergar distintos usos y, entonces, se atrevió a plantear viviendas sociales en medio de este espacio para demostrar que no hay uso malo para un buen espacio. Falta recuperar la visión territorial. La Costa Verde no puede estar marginada del Callao.

Lima es una ciudad que tiene nueve meses de frío. Por lo tanto, no podemos darnos el lujo de dejar sin tratamiento integral a la Costa Verde. Es indispensable saber qué hacer con los acantilados. Dependiendo de la zona, habrá lugares que solamente admitirán terrazas; habrá zonas que proteger, pero hay otras partes que se pueden vincular con un esfuerzo mayor. También hay que darle valor al suelo existente. Hay mucho suelo que es propiedad del Estado, el cual podría financiar cualquier intervención. A veces uno se sorprende de que no haya plata para tratar los acantilados, cuando el dinero está en el suelo.

Es indispensable contar con un Plan Maestro actualizado y promotor de inversiones, pero, además, gestor urbano. No podemos seguir teniendo una autoridad de la Costa Verde que sea como una entidad burocrática que recibe, aprueba o desaprueba planos. Esta zona no solo podría ser el espacio de recreación y atracción turística más importante de Lima, sino convertirse en la fuente principal de ingresos para las municipalidades que están alrededor.

### GESTIÓN Y VISIÓN TERRITORIAL

La gestión es un factor clave para el éxito. Puerto Madero es un antiguo puerto, en Buenos Aires, que pasó de ser un territorio absolutamente depredado a ser una obra de primera magnitud. Para ello se creó la Corporación Puerto Madero, una entidad autónoma, con un modelo de gobernanza importante, donde estaban el Gobierno Central, el gobierno de la provincia de Buenos Aires y el gobierno municipal. Es que no se pueden emprender proyectos de esta naturaleza –sobre todo proyectos turísticos o recreativos de tal magnitud– como si se tratara de parcelas distritales del territorio.

La idea de formar una corporación de desarrollo no es novedad. Viene de la Autoridad del Valle de Tennessee, creada en la época del presidente Franklin Delano Roosevelt y que, como modelo, Belaunde trajo al Perú cuando fue diputado (1945-1948) y se convirtió en un gran impulsor de las corporaciones de desarrollo. Hubo grandes corporaciones, entre ellas la de vivienda, que funcionó hasta su primer gobierno.



## **Carlos Carcheri Costa**

Presidente del Instituto Terramar

Antecedentes y vigencia del Plan COPESCO:

## **EL TURISMO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO NACIÓ CON BELAUNDE**

**L**a Comisión Especial para Coordinar y Supervigilar el Plan Turístico y Cultural Perú-UNESCO (Plan COPESCO) fue la primera experiencia de gran escala a nivel nacional que se gestó durante el primer gobierno del presidente Fernando Belaunde. El Plan COPESCO es la primera piedra de lo que hoy llamamos desarrollo turístico nacional, y desde la premisa de que mirar al pasado suele contribuir a lograr un mejor futuro es que se trata de hacer una amalgama de lo que fue hace 50 años el Plan COPESCO original con el actual, que es un organismo ejecutor de proyectos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Es más, hoy el turismo en el país gira, preferentemente, en torno al eje Machu Picchu, Cusco, Puno, Desaguadero, que fue el ámbito original de este plan. Cusco turístico y Puno turístico no serían lo que son hoy si es que no se hubiera llevado a cabo el Plan COPESCO.

En la década de los 60, el turismo mundial adquirió mayor relevancia. A nivel país ocurrió algo similar, y se formuló la primera política pública de turismo en el Perú, durante el primer gobierno del arquitecto Fernando Belaunde. El objetivo de dicha política fue incrementar el flujo de turistas nacionales e internacionales; es decir, lo que es común a los planes del pasado,

de ahora y del futuro, no solamente del país, sino también del extranjero. Hasta antes de esta política, la única que existía, no escrita, era la política hotelera para viajes dentro del país. Es más, es la primera vez que se postula al turismo como una alternativa para el desarrollo turístico; incluso se lanza la primera campaña de turismo interno, “Conozca el Perú primero”, que no solo era una campaña promocional, sino que iba acompañada de incentivos, y se crea, además, una serie de organismos como la Corporación del Turismo y, entre otros, el Plan COPESCO.

Una primera reflexión: cualquier proceso de activación tiene que estar articulado con políticas nacionales y sectoriales. ¿Es eso posible en las actuales circunstancias? ¿El Programa Estratégico Nacional de Turismo 2025 podrá ser aplicable? ¿Los planes de los participantes de otros países en este evento seguirán estando vigentes después del COVID-19?

**« El turismo es un hecho social basado en necesidades arraigadas profundamente en el ser humano como persona y sociedad; por ello, no desaparecerá nunca »».**

### NUEVO MODELO DE GESTIÓN

Algunas veces se piensa que el Plan COPESCO fue un proyecto para ejecutar proyectos. No, fue un nuevo modelo de gestión. Se gesta como un modelo distinto hasta aquel entonces. En realidad, era un organismo multisectorial donde cada sector hacía lo

que le correspondía: Transportes, las carreteras; el Instituto Nacional de Cultura gestionaba la cultura. Simple y llanamente, este organismo coordinaba, supervisaba e identificaba, conjuntamente con el organismo multisectorial, los proyectos. En la actividad turística intervienen múltiples sectores: Transportes, Cultura, Ambiente, Turismo y otros. Asimismo, participan actores privados y sociales.

Una segunda reflexión: ¿Es posible la activación de potencialidades turísticas sin coordinación ni concurrencias entre actores y sectores? El Plan COPESCO nunca fue un plan de desarrollo turístico, por lo menos no en su versión original. Fue un plan de desarrollo regional con inversiones integradas en turismo, donde el turismo era un medio, no un fin. Era un medio para sentar las bases de la integración física, social y económica de Cusco y Puno. El Plan COPESCO tenía claridad en el propósito.

Otra reflexión: ¿En tiempos de COVID-19 se tiene claridad en materia de activación de potencialidades turísticas? El Plan COPESCO fue concebido como un sistema donde todas las partes tenían como propósito facilitar la llegada, la estadía y la entrada y salida de visitantes a la zona de Cusco y Puno. Los recursos turísticos son los que motivan el desplazamiento hacia un determinado lugar; la oferta turística es la que hace viable la permanencia en el lugar, y la infraestructura es la que conduce al destino. Entonces, este fue un primer gran aporte, de hace poco más de 50 años, del Plan COPESCO, que concebía el turismo como un sistema, algo que hoy es de común aceptación.

### PROYECTOS DIVERSIFICADOS

La oferta turística era diversificada: había hoteles para visitantes extranjeros, centros vacacionales, albergues juveniles, casas comunales, paradores, centros de visitantes, porque además se propicia el desarrollo de capacidades de los servidores públicos y de los artesanos, con escuelas de hotelería y centros de superación artesanal. La infraestructura, el circuito del Valle Sagrado de los Incas, que hasta ahora sirve para poder acceder, por ejemplo, a Pisac, a Calca, a Urubamba, etcétera, se gestó durante el Plan COPESCO. Asimismo, la carretera que es la columna vertebral entre Cusco y Puno también se diseñó en esta época, pero todo formando parte de un sistema. Visión que, aparentemente, se ha venido diluyendo en el tiempo.

Una nueva reflexión: ¿Qué proyectos, actividades o acciones se tienen previstos o se prevén para activar el sistema, fundamentalmente la oferta turística, hoy paralizada? En el Plan COPESCO se tenían identificados los proyectos, tanto en oferta como en puesta en valor de monumentos y carreteras.

Hoy, en tiempos del COVID-19, se estima, según la Cuenta Satélite de Turismo 2012-2015, que la inversión turística ascendería a 2 millones 427 mil 900 soles. Esta cifra ha aumentado considerablemente en términos de unidades empresariales y en inversión bruta de capitales. Esta inversión está repartida entre alojamiento para visitantes, restaurantes, agencias de viajes, etcétera. Todo lo que forma la actividad.

A partir de esto, una nueva reflexión: ¿Tendría sentido no aprovechar la capacidad instalada, afectar a más de 1,3 millones

de empleos, directos e indirectos, y no explotar otros efectos colaterales positivos que genera la actividad turística? Los que estamos dentro del mundo del turismo sabemos que el turismo nacional e internacional es muy sensible frente a acontecimientos que afectan o pudieran afectar negativamente la vida y la salud de los visitantes. De ser así, se retraen los flujos. Las guerras, el terrorismo, los conflictos geopolíticos, los fenómenos naturales, las enfermedades y las situaciones económicas críticas perjudican el desarrollo del turismo.

### EL TURISMO NUNCA DESAPARECERÁ

Hoy tenemos la enfermedad del COVID-19, originada por el SARS-Cov-2, pero antes hemos tenido un septiembre 11; también hemos tenido un SARS en el 2003 y la crisis económica en el 2009. A todo ello, la actividad económica ha podido superarse. No ha desaparecido. El turismo es un hecho social basado en necesidades arraigadas profundamente en el ser humano como persona y sociedad. Por ello, nunca desaparecerá. Tenemos una visión optimista del momento.

Es verdad que el turismo se verá afectado por un tiempo más. No obstante, el COVID-19 es una enfermedad cuyo virus será abatido progresivamente hasta su desaparición. La vida y el turismo continuarán hacia una “normalidad” diferente, pero no distinta. ¿Cuánto y en qué tiempo? Los expertos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) dicen que el turismo tal como lo hemos venido trabajando hasta antes del COVID-19 va a ser muy difícil que se recupere hasta el año 2021. Sin embargo, también dicen que la demanda interna podrá recuperarse antes que la demanda internacional.



El marco normativo para la reanudación de las actividades económicas en el país (DS 080-2020-PCM) estima que, en agosto, septiembre y octubre, todo el aparato productivo nacional estará en funcionamiento. No obstante, es poco probable que ello ocurra en términos de recepción y atención del turismo receptivo. Quizás de manera gradual, con restricciones y controles sanitarios, porque en el turismo se manejan grupos de personas y no individuales. Entonces, son altas las probabilidades de contagio o de que la vida y la salud se vean afectadas.

#### PACTO NACIONAL POR EL TURISMO

¿Qué hacer durante y luego del COVID-19? Me he permitido definir algunas estrategias a partir de nuestra realidad y de los horizontes que vienen. Solos no podremos salir de la crisis e impulsar la recuperación y consolidación del turismo. Es más, es probable que haya un arrastre de la actividad del sector. Sin embargo, así como el Plan COPESCO fue una oportunidad en el pasado, el COVID-19 también lo es en el presente. Hay consenso sobre la importancia de la actividad turística; incluso la Ley General de Turismo nacional vigente así lo establece en su primer artículo.

« Será difícil recuperar el turismo, tal como lo hemos conocido antes del COVID-19, hasta el año 2021; sin embargo, la demanda interna de servicios del sector podrá recuperarse antes que la internacional ».

Para que esta oportunidad se convierta en realidad, se necesita una participación proactiva de actores y nuevas estrategias para revertir la actual coyuntura y afrontar nuevos retos y el futuro venidero. Para ello, como se está realizando en otros países, estamos proponiendo la formulación y suscripción de un “Pacto Nacional por el Turismo”. Por ejemplo, en Colombia, el presidente actual ha suscrito un Pacto por el Turismo Atlántico de Colombia.

Este pacto sería un espacio para dialogar, cotejar posiciones, conciliar intereses, aunar esfuerzos y tener compromisos vinculantes. En nuestro país estamos acostumbrados a suscribir acuerdos, pactos, cartas, pero por lo general no se hacen realidad porque no tienen un carácter vinculante. Y vinculante no significa grandes desembolsos ni grandes acciones ni esfuerzos. Se requiere de un seguimiento y evaluación. Formarían parte de este pacto el Estado en sus tres niveles de gobierno (nacional, regional y local), la empresa privada y la empresa pública, la Academia, la sociedad civil y otras. Es importante el tema de la Academia. Por ejemplo, en este momento tenemos un foro en el que se toca el tema del turismo, y anteriormente hubo otro que se llamó “Reinventando el turismo”. Es decir, la Academia tiene un rol preponderante que cumplir en todo este proceso.

« Debemos tratar de convertir al Perú en un destino seguro y saludable, que es lo que va a primar en los próximos años ».

### DESTINO SEGURO Y SALUDABLE

Debemos tratar de convertir al Perú en un destino seguro y saludable, algo que primará en los próximos años. Para ello, debería haber un eje de supervivencia, que es vital en este momento; una estrategia de mercados, una estrategia de formalización, de desarrollo de capacidades, de seguridad, de innovación, de competitividad, de comercialización, de promoción y de sostenibilidad. De llevarse a cabo una iniciativa como esta, el mensaje que podría transmitirse es que, a pesar de ser el sector productivo más golpeado, el futuro del turismo se organiza y prepara de manera unida y positiva. Ese es el mensaje que estaríamos dando si es que esta propuesta de idea, o algo parecido, se lograra sacar adelante.

El pacto podría concretarse en dos momentos. El primero, en el que se formularía y se suscribirían las bases del plan. Eso se podría hacer ya mismo, donde el compromiso fundamental es del Gobierno en términos de apoyo, porque el eje de supervivencia es vital. No podemos dejar la inversión realizada y, tampoco, afectar el millón 300 mil puestos de trabajo. Por otro lado, el sector privado, la Academia y otros actores también podrían comprometerse a formular estrategias. Es decir, en la primera parte, el Estado aportaría con una serie de apoyos económicos, financieros, laborales y tributarios, y el sector privado se comprometería a diseñar estrategias sobre todos y cada uno de los ejes. El segundo momento sería la entrega de las estrategias diseñadas por el sector privado, la Academia y otras partes. Una fecha ideal podría ser el 27 de septiembre, en que se celebra el Día Mundial del Turismo, y desde esa fecha empezaría a ejecutarse y desarrollarse el pacto.

El eje central, por ahora, sería la supervivencia de la oferta turística, lo cual debería hacerse durante esta etapa, en que el COVID-19 permanece vigente y fuerte. Nuestra oferta turística es heterogénea, mayoritariamente en micro, pequeñas y medianas empresas, y altamente informal; por lo tanto, con necesidades y posibilidades de acceso, en el caso de incentivos, de manera diferente. Es muy probable que muchas micro y pequeñas empresas no hayan podido acogerse a los estímulos de apoyo que ha dado el Estado porque no tienen una historia crediticia o no están formalizadas. El pacto debería apuntar a eso.

### EL TURISMO EN EL CENTRO DE ATENCIÓN

La capacidad de gestión tendría una mayor capacidad de negociación estando juntos, en un ente, en vez de separados. Es verdad que se vienen haciendo declaraciones y gestiones, pero si se empaquetaran todas en un documento mayor, quizá habría mejores resultados. El Estado ha dado algunas medidas laborales, financieras, crediticias, tributarias. Sin embargo, probablemente sean insuficientes. Se requiere de una contraparte que pueda hacerles decir: ustedes se comprometen a esto, nosotros a esto y lo firmamos, le hacemos un seguimiento y vamos realizando los ajustes que sean necesarios.

En esta etapa de supervivencia, lo que se postula es situar la oferta turística en el centro de atención. El mercado alternativo al turismo receptivo –que no podremos tener por un buen tiempo– es, como siempre, el turismo interno. Hay un antecedente: en el año 1983, cuando el terrorismo estaba en apogeo, había crisis económica y el sector Turismo y el sector privado diseñaron la campaña “A tu alcance”. Una campaña basada fundamentalmente

en tarifas preferenciales y en algún tipo de incentivos. Con eso se pudo superar y mitigar la reducción del turismo receptivo internacional.

**« La situación actual es una oportunidad para revalorar el turismo interno, porque genera ingresos y empleo, a la vez que potencia la identidad nacional y la integración familiar y social ».**

### REVALORAR EL TURISMO INTERNO

Hay razones para pensar que el turismo interno puede contribuir a activar su oferta, que está parada, prácticamente, en su totalidad. Hasta antes del COVID-19 había 7 millones de visitantes nacionales que se desplazaban y, por otro lado, siempre hay un promedio de 3 millones de salidas de peruanos al exterior. Quizás ahora se les pueda motivar a que, en vez de salir al extranjero, conozcan el país. En el caso del turismo local, dentro de la ciudad, es algo que se ha abandonado hace mucho tiempo. En su primer gobierno, el presidente Fernando Belaunde apuntaba a que los peruanos no solo conociéramos el país, sino que los ciudadanos conociéramos nuestra ciudad con circuitos pequeños y baratos, hasta gratuitos.

Algunos países están dando subsidios para el turismo interno. Podríamos postular que eso también pueda ocurrir en nuestro país. Sin embargo, no es tan fácil. Hay desconfianza y seguirá habiéndola; hay austeridad, hay mucha gente que ha perdido su puesto de trabajo; su capacidad de compra se ha reducido; las

prioridades están cambiando. Entonces, hay que tener cuidado en cómo se diseñan los productos para el mercado interno.

La situación actual es una oportunidad para revalorar el turismo interno porque genera ingresos y empleo, contribuye a fomentar y a potenciar la identidad nacional, así como la integración familiar y social. Esta es una oportunidad que no debemos dejar pasar para colocar en su justo nivel al turismo interno. Por lo general, nuestro sesgo siempre está llevado hacia el turismo receptivo, lo cual es importante por las divisas que genera y por otros efectos económicos, pero el turismo interno es una actividad que puede ser, igualmente, muy importante.

Respecto al mercado internacional durante y después del COVID-19, el turismo receptivo muestra altos niveles de incertidumbre. La llegada de pasajeros internacionales estará supeditada a la apertura de las fronteras; habrá mayores costos por distancia social; los aviones no podrán tener la misma capacidad de antes, y quizás tendrán que venir con un aforo a la mitad, lo cual podría significar el alza de las tarifas aéreas. Además, el turismo receptivo se halla sujeto a la reanudación de los vuelos de larga distancia. Por ahora, aparentemente, ya están comenzando a nivel de turismo interno.

Con respecto al turismo de negocios –que era fuerte en nuestro país antes del COVID-19–, una alternativa podrían ser los avances tecnológicos, el teletrabajo y las videoconferencias; los viajes de negocios también podrían hacerse así. Estas son suposiciones. Debemos empezar a mirar el mercado regional de proximidad. Entre Chile y Bolivia existe el 50% de las llegadas al Perú.

Asimismo, debemos promover nuevas motivaciones de viaje, probablemente las relacionadas con los viajes de salud física, mental y social, con experiencias al aire libre y en contacto con la naturaleza.

Debemos aprovechar la ocasión para preparar destinos. Por ejemplo, en el Cusco se está cuestionando el modelo de desarrollo territorial que viene aplicándose desde hace 50 años; incluso ya se tiene una propuesta para modificar el modelo de desarrollo turístico actual. Lima es una parada obligatoria hacia el Cusco, pero debiera elaborarse una propuesta para que no sea un destino complementario, sino un destino *per se*.



**Carlos  
Canales**

Presidente de CANATUR

Nuevas posibilidades de turismo:

**QUEREMOS QUE LA SELVA SEA LA  
REGIÓN DEL *BIRDWATCHING* EN  
SUDAMÉRICA**

**L**a Carretera Marginal de la Selva, proyectada e iniciada por Fernando Belaunde Terry, revela que fue un gran visionario. Desde mediados de los 50, ya tenía esa visión de futuro: unir más de 5 mil kilómetros sobre un territorio paralelo a la costa. Hay una estampilla que refleja esta obra portentosa. Toda esa ruta maravillosa no terminaba en nuestras fronteras, sino que se prolongaba hasta Venezuela y se expandía hacia el Océano Atlántico, hacia las cuencas que hoy día son las más importantes por temas geopolíticos y donde tenemos una de las mayores riquezas del mundo en nuestra Amazonía. Esta obra quedó inconclusa porque no se pudo terminar en su oportunidad: 2454 kilómetros de la Marginal de la Selva atravesando Cajamarca, Amazonas, San Martín, Huánuco, Pasco, Junín, Cusco y Madre de Dios. Y han pasado más de 55 años.

Pero lo que queremos preguntarnos hoy es: ¿Qué es el Perú turísticamente? En la actualidad no hay otra cosa que el Circuito Sur. El circuito que también desarrolló Fernando Belaunde, donde el arquitecto Carlos Rival trabajó durante muchos años creando los hoteles de turistas, y se hizo todo un desarrollo turístico en el Valle Sagrado que está vigente hoy. No ha cambiado nada porque nadie ha aportado más, porque el diseño estaba bien hecho.

### DESARROLLAR INFRAESTRUCTURA

Sin infraestructura no hay absolutamente nada. Si no tenemos las carreteras, los puertos y los aeropuertos, no hay forma de desarrollar nuestro país. Hoy en día, nosotros planteamos dos circuitos que incorpora esa Marginal de la Selva desde Lima, que es el mercado emisor importante, donde están los puertos y los aeropuertos, por donde llega el turismo masivamente a nuestro país; para poder ir a la Marginal a través de una carretera hacia la sierra central y poder engarzarnos justamente en los corredores turísticos que vayan con la zona del Circuito Nor-Amazonas. La Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) viene trabajando esos temas. No lo hace el Gobierno. Lo hacemos nosotros, con los escasos recursos que tenemos. Venimos desarrollando proyectos que hemos recuperado de hace 20 años, cuando con Ramiro Salas trabajábamos esa visión de dar un eje turístico hacia la zona norte; con Raúl Diez Canseco, lo que es playas del norte, y recuerdo los viajes que hicimos para poder ir hasta la Amazonía y ver los delfines rosados en Nauta.

Un eje extraordinario que puede nacer desde la sierra central, la selva central, rumbo a la zona Nor-Amazónica, o entrando por el eje de Huaraz hacia el Cañón del Pato, incorporándonos a la maravillosa ciudad de Trujillo, la Huaca del Sol, la Huaca de la Luna, y continuar hasta el Señor de Sipán, el Señor de Sicán, las Pirámides de Túcume, y por ahí tener dos vertientes: regresar a Pacasmayo para ir por San Pedro de Cajas hacia Kuntur Wasi, ir a Cajamarca, bajar hacia Celendín, entrar a Leymebamba y, luego, a Kuélap. O entrar por el otro eje hacia Bagua, Pedro Ruiz y la zona de Mendoza, para poder bajar por el Utcubamba a Chachapoyas o a Kuélap. Esa continuidad que luego nos va a permitir ir a

Pomacocha, de Pomacocha a Rioja y de Rioja a Moyobamba, Tarapoto, Yurimaguas e Iquitos. Un eje extraordinario que puede ser importantísimo para el desarrollo turístico del país.

Kuélap es importante, pero hay otros monumentos maravillosos que aún están ocultos, como el Gran Pajatén. Algo tenemos que hacer. Los “culturólogos” dicen que no hay que tocar porque, si lo tocamos, lo malogramos. La pregunta es: ¿De qué nos sirve tener riquezas si no las disfrutamos? Pero con un criterio de sostenibilidad medioambiental. El pueblo de Machu Picchu era un pueblito serrano típico, y no el de calaminas como es hoy. El que llega como turista se sube en el tren y comienza a ir por el Urubamba. Llega a Machu Picchu, a la estación, y siente un desasosiego y dice: “¿Dónde está la montaña?”. Porque la experiencia le genera una confusión al llegar a un lugar con ladrillos, con casas hechas tipo costa, sin un ordenamiento arquitectónico, sin pinturas ni colores homogéneos, que puedan decir que estamos en un lugar de nuestro Perú profundo. Y, luego, esos mismos turistas tienen que acceder a Machu Picchu en esos buses que están fuera de época, porque no se quiere implementar el teleférico directo a Machu Picchu.

Machu Picchu tiene un tráfico permanente de 1 millón 800 mil personas, de las cuales 1 millón y medio son turistas extranjeros. Machu Picchu es la joya de la corona, y nadie le va a quitar ese símbolo peruano, pero tenemos que seguir diversificando nuestro país.

« Hay errores que corregir para aprovechar el mercado turístico: la inseguridad de nuestras carreteras, la poca infraestructura en determinadas zonas del país y los costos elevados de las empresas del sector ».

### DIVERSIFICAR LA OFERTA

Nuestro territorio es demasiado rico, y para eso tenemos la Marginal de la Selva, que une todos esos poblados, esos paisajes maravillosos llenos de cascadas, esa zona extraordinaria donde tenemos que hacer un proyecto importante que una la costa con la sierra, la Marginal y ese transporte multimodal que nos permita llegar por Yurimaguas hacia el río Amazonas, en Iquitos. Todas estas maravillas dependen de muchas cosas que no están tanto en las manos del sector privado. En los últimos 10 años hemos crecido en infraestructura hotelera, más o menos 10 mil millones de dólares en infraestructura hotelera privada, 92% nacional, con unos rendimientos económicos bastante importantes.

Me pregunto ¿cuál es la visión?, ¿seguimos apostando por el sur o comenzamos a diversificar la oferta turística concentrándonos en las maravillas que ofrecen los circuitos culturales, vivenciales, gastronómicos y museísticos del norte peruano, o la región selva y sierra central, con comunidades nativas como Pampa Michi, en La Merced, o con comunidades, paisajes y caídas de agua en la zona de Pozuzo y Puerto Inca. Se puede navegar en embarcaciones, por carretera y encontrar lugares maravillosos con flora y fauna de primer nivel. Somos el segundo país en diversidad de aves.

Hay 30 millones de observadores de aves en el mundo. ¿Saben a cuántos atraemos al Perú? A menos de 3500. Colombia ya atrae a 15 000, y empezaron hace tres años.

Más del 50% de aves endémicas en el Perú está concentrado en el circuito Nor-Amazónico, en el Amazonas, en San Martín. Un emporio maravilloso de aves, de helechos, palmeras; un paraíso terrestre es la zona de Moyobamba, Rioja. Para ir más rápido a Kuélap desde Tarapoto, tenemos que construir una carretera de 35 kilómetros, que no se ha hecho hasta hoy.

### PRIMERO EL TURISMO INTERNO

El turismo interno es el gran motivador de la economía de un país. Brasil no vive de los 6 millones y medio de turistas extranjeros que llegan a su país; vive de los más de 50 millones de connacionales que viajan por todo su territorio. Ellos no necesitan llenar un hotel con un francés, un alemán o un americano, porque los turistas brasileños gastan exactamente lo mismo o más que ese turista. Igual México, un país con casi 120 millones de habitantes y donde el turismo interno es cinco veces más grande que el turismo externo. El mercado está ahí, pero muchas veces hay errores. En nuestro caso, tres: 1) la inseguridad de nuestras carreteras, 2) la poca infraestructura que hay en determinadas zonas del país, 3) los costos elevados de los empresarios. Muchas veces sale más barato ir a Cartagena de Indias o a San Andrés que hacer turismo interno en el Perú.

Hay un *mea culpa* por todos lados. Los gobiernos regionales y los gobiernos municipales le generan como presupuesto al sector Turismo menos del 1%. La cifra que me dieron ayer, en una

conferencia, es terrorífica: 0,56% del presupuesto nacional es lo que maneja el MINCETUR, cuando la ley reconoce que el turismo es prioritario y debe ser política de Estado. Eso depende de los gobernantes. Cuando se tiene a un ministro comprometido, como lo fue Raúl Diez Canseco y su equipo, con Ramiro Salas a la cabeza, para poder desarrollar trabajos en toda el área, se pueden lograr resultados. Y en su momento se lograron resultados. Ahí empezamos con el Fondo Especial de Promoción Turística, y pasamos de tener menos de un millón de turistas en el año 2002 a tener los 4.5 millones de turistas en el año 2019.

#### FALTA APOYO SECTORIAL

Hoy estamos en una crisis terrible. El 15 de marzo nos hemos sentado con la ministra de Economía, el presidente del Consejo de Ministros, la ministra de Salud de ese momento, la ministra de Trabajo y el ministro Edgar Vásquez –extraordinario ministro, porque conversamos con él todos los días y le lleva nuestros planteamientos al Gobierno Central–, pero hasta ahora no existe una sola medida específica para el turismo que ayude a la reactivación económica de la micro y pequeña empresa, que es, al fin y al cabo, la que soporta el 92% de la actividad turística de nuestro país y que genera esos 12 mil millones de dólares bancarizados: unos US\$ 6800 por turismo externo y US\$ 5200 por turismo interno. Según The World Travel Tourist and Council, el Perú, entre turismo formal e informal, maneja el 9,7% del PBI del país y aporta a la economía unos US\$ 23 000 millones.

A pesar de su importancia económica, no tenemos una sola medida de apoyo porque no se quiere legislar sectorialmente. La agroexportación, por ejemplo, tiene 15% de impuesto a la renta,

y eso ha generado que grandes empresas vengan a nuestro país; qué bien por nuestros trabajadores, por la gente del campo, que tengan un puesto de trabajo bien remunerado, pero ¿por qué no para el sector Turismo?, ¿por qué la micro y pequeña empresa tienen que pagar el 30% de impuesto a la renta?

Tenemos, además, un tema con la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), una permanente fiscalización. La política de Estado debe ser absolutamente clara si quieres ser un destino competitivo. Nadie pretende que nos regalen nada. Hoy en el sector Turismo tenemos más de 400 mil trabajadores formales que han perdido su trabajo y, posiblemente, más de 500 mil informales que ya no tienen nada que comer.

#### LA SELVA Y SUS NUEVOS ENCANTOS

Por eso hemos tomado medidas concretas. Con PromPerú estamos trabajando la promoción del turismo interno. Pero qué hacemos con dicha promoción si el sector privado no tiene vacaciones porque ya se las adelantaron, porque a la mitad de los trabajadores privados les redujeron el sueldo al 50% y porque la otra mitad simplemente entró ahora a suspensión perfecta y no tiene un solo recurso. Los trabajadores del sector público podrían viajar porque se ha exonerado el pago de ingreso a Machu Picchu, a los restos arqueológicos, a los parques naturales. Hay que poner una línea de crédito que incentive. Una campaña tipo “Perú a tu alcance” puede servir, pero con un incentivo, con una línea de crédito que permita trabajar.

¿Qué estamos haciendo en CANATUR? Hemos logrado captar un proyecto muy interesante en la región San Martín, en las zonas de

Alto Mayo y Tarapoto. Hemos unido a los actores de Moyobamba y Rioja en el destino de Alto Mayo y en el destino de Tarapoto, Lamas y el Sauce: un solo clúster para comenzar a gestionar un nuevo turismo, dos destinos con cuatro provincias, donde vamos a cambiar el esquema del destino que hoy día tiene San Martín, un destino de entretenimiento, para divertirse y relajarse. Pero le vamos a dar un contenido de mayor valor agregado, basados en el turismo de naturaleza, incluyendo la aventura, incluyendo el *birdwatching*, las orquídeas, las bromelias, las palmeras, toda la flora y fauna maravillosa que hay en esa región, con unas culturas extraordinarias, con su cacao y su café, productos que hoy han cambiado de una zona cocalera, extremadamente violenta, a una zona integrada.

Apostamos primero por el turismo nacional, por cambiar el tema del entretenimiento. No es malo entretenerse, siempre y cuando sea una actividad sana. Ese es el tipo de entretenimiento que necesita nuestro país: espacios libres, vegetación, no aglomeración de gente, y eso es lo que ofrece el destino San Martín integrado a un maravilloso Amazonas, en Loreto. El turismo es un factor de desarrollo extraordinario, y lo vamos a apoyar porque tenemos las ganas; poseemos escasos recursos, pero la voluntad existe. Queremos ser competitivos y generar guías, cocineros, manejar todo con protocolos sanitarios, y hacer que San Martín y Amazonas sean la región del *birdwatching* en Sudamérica. No solo aspiramos a un tema local, sino a estar en las grandes ligas a través de los maravillosos recursos que tienen estas regiones y que nosotros vamos a ayudar a poner en valor.



# REFLEXIONES FINALES

RAÚL DIEZ CANSECO TERRY

**M**e siento muy emocionado por las maravillosas exposiciones que hemos tenido y que recoge esta publicación. Ese es el rol de la universidad: convocar a los expertos y promover, debatir y aprender con ellos las posibilidades enormes que tiene el Perú por delante a condición de trabajar unidos. Hace unas semanas organizamos un foro digital para repensar el turismo –en el que participó el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Edgar Vásquez Vela–, y como resultado de ese encuentro nos pusimos a trabajar, con nuestros profesionales y profesores, un proyecto de ley que, por un lado, declara en emergencia nacional el sector Turismo, pero que, además, promueve su reactivación inmediata a través de la promoción del turismo por carreteras, cuidando, por supuesto, todos los protocolos de seguridad y sanidad.

El proyecto contempla declarar de interés nacional el feriado de toda la semana de Fiestas Patrias del 2020 y el 2021. El calendario marca que el 28 y el 29 de julio de este año será martes y miércoles. Por lo tanto, podemos fomentar el relanzamiento del turismo de carreteras en estas fechas como nunca se ha hecho en el país. Nos enfocamos directamente en el turismo de cercanías, o turismo de carreteras, para disfrutar con la familia, como se hacía antes. El

objetivo es defender los más de 3.5 millones de puestos de trabajo que absorbe el turismo, directos e indirectos, de los cuales 1.5 millones son formales.

Hemos considerado exoneraciones tributarias por un tiempo, un mecanismo de financiamiento para relanzar las empresas del sector turístico, un régimen especial temporal para el desarrollo turístico nacional, la creación de un fondo de apoyo de emergencias para dinamizar tanto la oferta como la demanda; es decir, no solo para las empresas –92% son pymes–, sino también para incentivar los créditos de consumo para las actividades turísticas.

Le vamos a sacar la vuelta a la pandemia. Hay que hacerle ver al Gobierno que estamos en un sector que se está muriendo; ¿qué impuesto va a cobrarle al que ya está casi quebrado? La infraestructura de carreteras, hotelera y gastronómica está intacta. Las agencias turísticas están allí, al igual que los pequeños operadores y los microoperadores; el emolientero está esperando una plaza de armas para vender su producto y llevarle dinero a su familia.

Se viene la gran revolución en el turismo, pero tenemos que hacerla unidos: el Estado, el sector privado y la Academia. Lo único que necesitamos del Gobierno es que apruebe la ley para ponernos a trabajar. En USIL, nuestra Facultad de Hotelería, Gastronomía y Turismo y nuestro Rector, que ha sido un estupendo viceministro del sector, vienen trabajando en rutas muy concretas para activarlas en estas Fiestas Patrias, porque hay que mover con rapidez la oferta, para que cualquier persona

entre a su computadora, elija el destino que quiera visitar y vea cuál es la ruta, cuál es el hotel y cómo funciona, cómo paga por anticipado o cómo paga después. Sabemos que los tiempos son muy cortos, pero los peruanos sabemos responder en condiciones apremiantes.

Será una semana para conocer el país en momentos cercanos al Bicentenario, para que comencemos a querer lo nuestro. Es la gran oportunidad de ponernos a trabajar todos juntos y de hacerles ver al Gobierno y al Parlamento que deben dejar de lado la política y echar al Perú a caminar. Porque eso nos enseñó Belaunde. Nos enseñó a ponernos de acuerdo y a trabajar por el Perú, conociéndolo, recorriéndolo.

# RESUMEN DEL EDITOR

LUIS ALBERTO CHÁVEZ RISCO

## RAÚL DIEZ CANSECO TERRY

- ♦ Fernando Belaunde Terry demostró que la Carretera Marginal de la Selva es un puente trascendental para el desarrollo y la integración nacional e intercontinental.
- ♦ La Carretera Marginal de la Selva amplió las fronteras, integró a pueblos aledaños que hoy tienen una oportunidad de desarrollo, tanto económico como social.
- ♦ La selva tiene enormes potencialidades de ayudar al país y al mundo en la seguridad alimentaria.
- ♦ El Milagro San Martín se explica por la influencia de La Carretera Marginal de la Selva. En 1992 la coca representaba el 46% del valor bruto de la producción agraria regional; cifra que bajó a 7,4% en el 2006 debido a la sustitución de cultivos alternativos como el café, el cacao, la palma aceitera, entre otros.
- ♦ La región San Martín es hoy un espacio propicio para el desarrollo de la agricultura de exportación.
- ♦ Los *superfood* son alimentos que nuestros agricultores campesinos y nativos han conservado por milenios y que hoy son nuestra reserva de crecimiento, salud y desarrollo.

**MIGUEL ROMERO SOTELO**

- ♦ *La conquista del Perú* por los peruanos es un libro donde el presidente Belaunde desarrolla un análisis de la importancia de la amazonía peruana, que ocupa el 60% del territorio nacional y que estaba totalmente despoblado.
- ♦ Belaunde decía que nuestro vivero humano de la cordillera debía ir hacia la costa y a la amazonía de manera que se pueda crear el equilibrio hombre-tierra.
- ♦ Machu Picchu, la séptima maravilla del mundo, combina la ingeniería, la arquitectura, el medioambiente y todos los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que tiene las Naciones Unidas.
- ♦ La visión cósmica de los antiguos peruanos involucra un conjunto de territorios donde hay poblaciones que tienen un equilibrio hombre-tierra.
- ♦ La visión geopolítica de nuestro país bioceánico es posible porque ya tenemos infraestructura para vincular la cuenca del Atlántico con la cuenca del Pacífico a través de esta integración intermodal de carretera más fluvial.
- ♦ La cuenca del Pacífico es el nuevo espacio social, cultural y económico del mundo.
- ♦ El presidente Belaunde no llegó al Gobierno desprovisto de proyectos, sino que llegó con un conjunto de alternativas viables para desarrollar el Perú.

**GUIDO VALDIVIA RODRÍGUEZ**

- ♦ Fernando Belaunde fue un visionario, pero también un agente de cambio.
- ♦ Para desarrollar el turismo hay que acondicionar el territorio e incluir a la población. No se puede preparar una zona sin planificar previamente.
- ♦ Belaunde supo que el Estado tenía un rol clave en este proceso de planificación y acondicionamiento territorial.
- ♦ El turismo es una oportunidad para el desarrollo.
- ♦ La diversidad geográfica, ecológica y cultural del Perú, ayuda a la productividad. Así lo entendió el presidente Belaunde.
- ♦ Los centros históricos son zonas donde se puede desarrollar turismo, siempre y cuando se tenga un plan, una visión.
- ♦ El mar también es un lugar para el desarrollo turístico, siempre que tenga infraestructura.
- ♦ La Costa Verde es uno de nuestros principales recursos turísticos y recreativos en Lima Metropolitana y de toda la costa Pacífico Sur.
- ♦ La gestión es un factor clave para éxito.
- ♦ Belaunde fue un gran impulsor de las corporaciones de desarrollo. Hubo grandes corporaciones, entre ellas, la de vivienda, la Corporación Nacional del Santa.

**CARLOS CARCHERI COSTA**

- ♦ El Plan COPESCO fue la primera experiencia de gran escala a nivel nacional que se gestó durante el primer gobierno del presidente Fernando Belaunde.
- ♦ En la década de los 60 el turismo mundial adquiere mayor relevancia. A nivel país se formuló la primera política pública de turismo en el Perú durante el primer gobierno del arquitecto Fernando Belaunde.
- ♦ El objetivo de esta política fue incrementar el flujo de turistas nacionales e internacionales.
- ♦ Hasta antes de esta política, la única política que existía, no escrita, era la política hotelera para viajes dentro del país.
- ♦ El Plan COPESCO fue un proyecto para ejecutar proyectos. No fue un nuevo modelo de gestión. Fue también un plan de desarrollo regional con inversiones integradas en turismo.
- ♦ El turismo nacional e internacional es altamente sensible frente a acontecimientos que afectan o pudieran afectar negativamente la vida y salud de los visitantes.
- ♦ El turismo es un hecho social basado en necesidades arraigadas profundamente en el ser humano como persona y sociedad. No desaparecerá nunca.
- ♦ Proponemos un pacto nacional por el turismo. Un espacio para dialogar, cotejar posiciones, conciliar intereses, aunar esfuerzos y tener compromisos vinculantes.

- ♦ Formarían parte de este pacto el Estado en sus tres niveles de gobierno, nacional, regional y local, la empresa privada y la pública, la academia, la sociedad civil y otras.
- ♦ Debemos tratar de convertir al Perú en un destino seguro y saludable, que es lo que va a primar en los próximos años.
- ♦ En el Perú, la oferta turística es heterogénea, mayoritariamente en micro, pequeñas y medianas empresas, y altamente informal.
- ♦ La situación actual es una oportunidad para revalorar el turismo interno, porque genera ingresos y empleo, contribuye a fomentar y potenciar la identidad nacional, la integración familiar y social.

**CARLOS CANALES**

- ♦ En turismo, sin infraestructura, no hay absolutamente nada. Si no tenemos las carreteras, puertos, aeropuertos, no hay forma de desarrollar nuestro país.
- ♦ Planteamos incorporar la Marginal de la Selva en dos circuitos en las zonas de San Martín, Alto Mayo y Tarapoto.
- ♦ Somos el segundo país en diversidad de aves. Hay 30 millones de observadores de aves en el mundo. Perú atrae a menos de 3500. Colombia ya atrae 15000 y empezaron hace tres años.
- ♦ Más del 50% de aves endémicas en el Perú está concentrada en el circuito Nor-Amazónico, en el Amazonas, en San Martín.

## Resumen del editor

- ♦ Queremos hacer que San Martín y Amazonas sean la región del *birdwatching* en Sudamérica.
- ♦ Machu Picchu tiene un tráfico permanente de 1 millón 800 mil personas. 1 millón y medio son turistas extranjeros.
- ♦ Los últimos diez años hemos crecido en infraestructura hotelera, unos 10 mil millones de dólares en infraestructura hotelera privada, 92% nacional, con unos rendimientos económicos bastante importantes.
- ♦ El turismo interno es el gran motivador de la economía de un país. Brasil no vive de los 6 millones y medio de turistas extranjeros que llegan a su país, vive de más de 50 millones de connacionales que viajan por todo su territorio.
- ♦ Tres aspectos que tenemos que superar en turismo: 1) Inseguridad de carreteras, 2) Poca infraestructura 3) Costos elevados de los empresarios.
- ♦ La micro y pequeña empresa soporta el 92% de la actividad turística de nuestro país y genera 12 mil millones de dólares bancarizados: US\$ 6 800 por turismo externo y US\$ 5 200 por turismo interno.

