



## BOLETÍN INFORMATIVO

# Foro técnico público REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURISMO EN AREQUIPA

### Presentación del evento:

La Agenda para el Desarrollo de Arequipa; manteniendo su compromiso con la región, en esta oportunidad ha desarrollado la actividad denominada “REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURISMO EN AREQUIPA”. La misma que tuvo como objetivo, generar un espacio de diálogo para la obtención de aportes que permitan dar continuidad a las buenas gestiones orientadas al desarrollo del sector turismo en el ámbito regional. A continuación, un resumen de lo expuesto por nuestros destacados ponentes.



**Ing. Carlos Andrade Pareja**  
**Gerencia Regional De Comercio Exterior**

## Antecedentes:

Características de la región Arequipa que fundamentan una campaña de reactivación agresiva del sector turismo:

### 1. Reconocimientos internacionales

"Centro histórico" declarado Patrimonio Histórico de la Humanidad	"Wititi" declarado Patrimonio Histórico de la Humanidad	Record Guinness con el "Rocoto Relleno" más grande del mundo	"La Benita" considerada la danza folclórica más grande del mundo	Sello "Safe travels" para el Centro Histórico y el Colca	Denominación de Arequipa como "Ciudad Creativa en Gastronomía"	El Colca obtiene el sello de "Destino Sostenible"
---	---	--	--	--	--	---

2000

2015

2016

2018

2018-2019

2020

2020

### 2. Prestadores de servicios turísticos

#### 2.1. Establecimientos de hospedaje:

- Según registro de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo, en la región se tienen 1 176 establecimientos de hospedaje; sin embargo, la SUNAT tiene registrados 7 800 establecimientos del mismo rubro.
- Solo 5 tienen la categoría de 5 estrellas, además el 8% del total de hospedajes se encuentran ubicados en Caylloma y el 76% en la ciudad de Arequipa.

de negocio dedicados a gastronomía, sin embargo, en la gerencia solo se tienen registrados 1 387 restaurantes.

Ante esta situación, es preciso resaltar que no se cuenta con la oferta necesaria para que las provincias de Arequipa puedan convertirse en cedes de eventos internacionales.

#### 2.3. Agencias y guías turísticos:

En la gerencia se tienen registrados: 329 agencias y 997 guías oficiales de turismo.

#### 2.4. Artesanos:

Se tiene en el registro regional un total

de 61 asociaciones y 2 469 artesanos que están distribuidos en Caylloma, La Unión y en la ciudad de Arequipa.

#### 2.5. Gremios:

Al mes de septiembre, se tienen 26 gremios de turismo organizados a nivel regional, sin embargo, tan solo se tiene 19 registrados en gerencia. Por lo tanto, se está gestionando que estos gremios se involucren inmediatamente en el desarrollo de las actividades de reactivación.

#### 2.2. Restaurantes:

Arequipa cuenta con 35 000 unidades

*Hay que motivar inversión y que los actuales negocios formalicen para brindar servicios competitivos.*

## Impacto del Covid-19 en el turismo:

### A nivel nacional:

- El descenso del turismo a nivel nacional entre los años 2019 al 2020 fue del -79.5%, de igual manera, el promedio de llegada de turistas internacionales se redujo de 4 370 000 (2019) a 900 000 (2020). A junio del 2021 ya se había registrado el ingreso de 450 000 turistas internacionales.
- Se calcula que la recuperación del sector, a nivel nacional, se dará entre el año 2025 y 2026.

### A nivel Arequipa:

- El flujo de visitas en función al ticket turístico, correspondiente a destinos

como: el Monasterio de Santa Catalina, el Valle del Colca, Laguna de Salinas, Santuario de Mejía y Reserva de Cotahuasi; muestra que al término del año 2019 fue de 541 421 visitas, mientras que el año 2020 presentó tan solo 75 819 visitas. Hasta el mes de junio del presente año se tiene en registro 39 404 visitas, sin considerar la Laguna de Salinas ni la Reserva de Cotahuasi, este es un escenario alentador por el incremento del arribo de turistas internacionales.

- Según la estimación de pérdidas de visitas en función al ticket turístico en tres destinos: Monasterio de Santa Catalina, Valle del Colca y Santuario de Mejía; demuestra que

durante el año 2019 se tuvo una recaudación de S/ 22 677 540; mientras que al término del año 2020 solo se obtuvo S/ 2 544 195.

- La estimación promedio de gasto por turista (por dos noches, tres días y consumo) es de S/ 1 200. Por lo tanto, de acuerdo con la cantidad de arribos a la ciudad, hasta el año 2019 indicaba que el total de recaudación era el 4% del PBI de Arequipa, lo que convierte al sector entre la tercera o cuarta actividad más relevante de la región. Sin embargo, a raíz de la pandemia se ha tenido una pérdida de más de S/ 500 000 000.

*Los datos presentados corresponden a las actividades registradas en la gerencia regional; este escenario demuestra que se necesita implementar el observatorio de turismo, con el fin de sincerar la información.*

## Reactivación:

A nivel nacional: Como gerencia se han definido ejes de acción para determinar estrategias de reactivación:

### Administrativas:

- Fortalecimiento de los recursos técnicos de la gerencia para convertirla en Unidad Formuladora.
- Consolidación del PERTUR (herramienta de gestión)

### Revaloración:

- Declaración de interés turístico regional al conjunto de actividades

en festividades con dinamización de economías.

- Reconocimiento de los actores involucrados con el turismo.
- Se obtuvo el sello "Safe travels" para 16 atractivos turísticos en Arequipa y Valle del Colca. Se espera que, para diciembre, la mayoría de los destinos cuenten con este sello.
- El 29 de abril se obtuvo el reconocimiento de jerarquía 4 del Valle del Colca. Actualmente se ha conformado un equipo técnico para obtener la jerarquía 4 en el centro histórico, es

posible que esta se obtenga en los próximos 6 meses. De tal manera que Arequipa sería la primera región en tener 2 lugares turísticos con este reconocimiento.

- El 100% de unidades económicas en el centro histórico inspeccionadas cumplen protocolos de bioseguridad. Esta inspección se dio gracias a estudiantes de turismo que ayudaron a la campaña denominada "Brigada arequipeña de turismo"
- Relanzamiento de la marca Arequipa.

### Estrategias:

- El Perú cuenta con 05 destinos turísticos jerarquizados, 04 de estos se encuentran en el sur; por lo tanto, Arequipa debe aprovechar ser bisagra y ofrecer alternativas para asegurar la retención de los visitantes. Para este fin, también se debe pensar en la reactivación del turismo nocturno.
- Para el mes de diciembre se lanzará la campaña “Arequipa Car” que permitirá la reactivación económica de los involucrados.
- Se han realizado 310 intervenciones de fiscalización y se obtuvieron 66 establecimientos observados.
- Para fortalecer las capacidades se han dado hasta la fecha 132 talleres de diferentes tipos.
- Se está realizando un inventario de recursos turísticos de la región de Arequipa.
- Se ha creado la App “Arequipa en tus manos”, que permite ubicar diferentes lugares turísticos, no obstante, aun el público local no la utiliza.
- Se ha optimizado plataformas, orientadas al usuario para obtener registros, emisión de constancias,

licencias, entre otros, con una demora no mayor a 48 horas.

- A partir del 1 de octubre se trabajará en la promoción de Arequipa, en más de 44 portales a nivel internacional a raíz de una alianza estratégica con la Cancillería del Perú.
- Se están cerrando alianzas con instituciones para promocionar Arequipa en el ámbito internacional: a, Chile, Colombia y Dubái.
- El plan de trabajo debe iniciar en el centro histórico, continuando con Caylloma e Islay. Luego trabajar en Castilla, Condesuyos y La Unión. Por último, trabajar en Camaná para el verano junto con Caravelí por la presencia de turistas nacionales provenientes de Ica y Ayacucho.

### Promoción:

- Se preparó la oferta turística basada en protocolos de bioseguridad y se inició con la campaña Arequipa te espera. Sin embargo, los viajes internacionales mayores de 08 horas, para el año 2020, se encontraban restringidos.
- Mollendo cada fin de semana recibe visitantes y se ha considerado un

atractivo turístico de 365 días al año.

Algunas de las actividades ofertadas son: el consumo de gastronomía, recorrido en campos de caña de azúcar, visita a las lomas y pueblos. Cabe resaltar que el 80% de su población está vinculada al turismo. En el caso de Camaná y Caravelí se cuenta con una población dedicada al rubro turístico de 35% y 22% respectivamente.

- Se ha promocionado Caravelí en Ica y ha sido una campaña muy positiva, porque actualmente hay presencia de turistas nacionales en el lugar.
- El presente año, gracias a ADEGOPA, se ha promocionado el Colca Sour como una bebida oficial de Caylloma. Esta bebida deberá recibir apoyo para estar presente en todos los lugares de consumo de bebidas de la región.

### ¿Qué se espera lograr?

- Un crecimiento sostenido y progresivo de 12% de visitantes a la región Arequipa, tomando como base el año 2019



## PANEL

### Primera intervención:

## Ing. Edgar Flores Hinojosa

### Funcionario de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Arequipa

El sector turismo se ha visto muy afectado desde el 15 marzo del 2020, con la declaratoria de estado de

emergencia y el cierre de actividades. El 78% de hospedajes, 61% de restaurantes y 97% de guías oficiales de turismo a

nivel nacional paralizaron sus actividades. Sin embargo, el escenario de Arequipa era más serio. Antes de la pandemia se

hizo un análisis de la actividad turística nacional para determinar su tasa de crecimiento; no obstante, la cantidad de visitas que recibía Arequipa iba por

debajo de la proporción nacional, con tan solo un 9.80% de turistas provenientes del extranjero y 12% de procedencia nacional. Lo que estaba

ocurriendo era una promoción selectiva por decisiones políticas hacia otras regiones y destinos turísticos.

*La pandemia y la tasa de crecimiento de visitas turísticas de la región representan un gran reto que debe enfrentarse replanteando estrategias.*

Para enfrentar el reto se ha creado PROMAREQUIPA. El objetivo de este organismo es realizar estrategias propias de comercialización, debido a que cada región tiene distintas potencialidades. En tal sentido, se debe promocionar Arequipa como un gran

destino nacional e internacional, considerando como fortalezas la gastronomía, los atractivos naturales y materiales disponibles.

De igual manera, se debe realizar una planificación articulada, haciendo uso de herramientas de gestión para

aprovechar recursos disponibles y potenciar el liderazgo institucional de la gerencia, con la finalidad de que pueda generar sinergias entre todos los actores involucrados, garantizando no solo la gobernabilidad sino gobernanza a través de espacios de conservación.

*Un pueblo es grande no solo por sus atractivos turísticos, sino por el trabajo y compromiso de sus hijos.*



## Segunda intervención:

### Got. Álvaro Benavente Barreda

### Presidente de la Asociación de Guías Profesionales de Turismo de Arequipa.

La reactivación económica del sector solo puede desarrollarse respetando 03 principios:

#### 1. Seguridad:

- El turismo es muy frágil, cualquier evento político, social o natural lo afecta; por tal motivo, es imperante ofrecer un país seguro y estable.
- La seguridad sanitaria también juega un rol importante, porque debe estar orientada a una correcta implementación de protocolos y una mejor oferta de

sistemas de salud.

- No hay que dejar de lado la seguridad al momento de realizar compras relacionadas a los servicios de circuitos, al transporte y al acceso a los hospedajes.

#### 2. Orden:

- En el Perú tan solo se han reactivado el 8% de guías turísticos. En tal sentido, la articulación entre el sector público y privado es importante, con la finalidad de que poco a poco se

vayan reactivando las actividades por etapas, en base a funciones de trabajo y considerando la correcta organización de circuitos y programas.

- El PERTUR es una recopilación de información de los circuitos turísticos disponibles; es una herramienta de gestión que permite que sean convertidos en productos turísticos, sin embargo, hay que resaltar que estos productos deben tener infraestructura, acceso y protección de áreas naturales. Por lo



tanto, se requiere una correcta organización antes de lanzar al mercado un producto o de lo contrario, seguiremos observando el escenario en donde las áreas naturales turísticas no cuenten con medidas de protección, o la destrucción de casonas históricas por falta de protección al patrimonio cultural.

- La publicidad y marketing también deben darse de manera organizada, determinar su realización para llegar al público objetivo de acuerdo con la oferta.

### 3. Limpieza:

- Una viabilidad en rutas, buena infraestructura, accesos limpios y orden en los lugares es solo una

parte de este eje. Es importante que se involucre a las personas, concientizarlas para cuidar el patrimonio. De igual manera se deben crear sistemas para el manejo de residuos sólidos en los diferentes lugares.

### *SAFE TRAVEL DEBE RESPETARSE*

Arequipa tiene un gran potencial, sin embargo, hay que saber orientarlo. Si bien el servicio ofertado ha mejorado sustancialmente, se necesita una

orientación a eventos internacionales. Si se realiza una labor en conjunto entre el sector público y privado, considerando buenas campañas de promoción antes

de la apertura de circuitos, mitigando potenciales daños y cumpliendo con los ejes antes mencionados, estaría yendo por buen camino la reactivación.



### Tercera intervención:

## Mg. Jaime Quispe Huayta Decano del Colegio de Licenciados de Turismo de Arequipa

Se tienen actualmente en el Colegio Profesional de Licenciados de Turismo a 210 colegiados provenientes de distintas universidades. Sin embargo, es grande la cantidad de profesionales que salen de diferentes centros de estudios (universidades e institutos) que no han obtenido su título. Es probable que sea por falta de oportunidades dentro del sector turismo.

Por otro lado, dentro del Colegio Profesional se pueden encontrar expertos en

planificación estratégica, inversión pública, empresarios y conocedores de idiomas; lamentablemente los profesionales del sector durante la pandemia se han vuelto vulnerables y se han visto en la necesidad de cambiar el rubro para poder subsistir, lo que ha ocasionado que muchos de los estudiantes de la carrera se desmotiven. Los profesionales de turismo hemos sido formados para desarrollar la actividad y líneas de trabajo, no obstante, los primeros en haberse reactivado han sido los

informales. Por ello, se debe tener claro que el trabajo es para profesionales.

En referencia a la reactivación, el Estado ha venido permitiendo el desarrollo de algunas actividades, manteniendo algunas restricciones ante una eventual tercera ola; lo cual ha permitido la reactivación pausada del sector. Sin embargo, esta reactivación no solo depende de los actores directos, sino que se debe de trabajar en conjunto con los gobiernos locales, regionales y con las diferentes gerencias.

*La población también cumple un rol importante en la reactivación del sector; si el proceso de inmunización es acogido con mayor ímpetu por la población, las actividades turísticas y el sector podrán cumplir con los protocolos de bioseguridad.*

Por lo tanto, es necesario realizar una articulación entre el sector público, privado y la academia, con la finalidad de que se desarrolle un trabajo operativo, por parte del empresariado, y

que sea guiado por la academia y el público. Ligado a lo anterior está el manejo de residuos y la limpieza; en otros países como Singapur o Panamá, los únicos que tienen derecho a

ensuciar las vías son los árboles y sus habitantes deben brindar un respeto único a la naturaleza.



## Conclusiones:

### Ing. Rosario Castillo Ureta Directora Académica de la Unidad de Turismo del Instituto del Sur

1. La creación de PROMAREQUIPA, permitirá que la promoción sea diferente porque cada región tiene una realidad propia.
2. Las pautas por seguir para la reactivación tienen que ir de la mano de la fiscalización y formalización, de esta manera, se asegura que los visitantes estén contentos y recomienden a Arequipa.
3. El sector turismo ha sido uno de los más afectados, sin embargo, en este momento presenta una reactivación, aunque más lenta que el resto del empresariado.
4. Se deben considerar las expectativas de los estudiantes del sector. De igual manera, se debe manejar una visión de protección al patrimonio y un servicio de calidad que esté orientado a la formalización.



Universidad Católica  
de Santa María



AREQUIPA MISTI PRESS  
Portal de Información, Análisis y Debate

