

TU LUGAR EN AMERICA Y SUS NEGOCIOS

La crisis que amenaza a Machu Picchu con pérdidas que podrían llegar a US\$ 400 millones



BLOOMBERG

■ Desde 2022, la ciudadela inca se enfrenta a colas interminables, reventa de entradas y denuncias de corrupción que han deteriorado la imagen de la zona.

POR KAREN FLORES

Considerada una de las siete maravillas del mundo y Patrimonio de la Humanidad, Machu Picchu se ha consolidado como uno de los grandes destinos turísticos de Perú. Según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), entre enero y febrero de 2025, la ciudadela inca recibió más de 191.000 visitas, posicionándose como el principal atractivo del país.

Sin embargo, detrás de esas cifras, la ciudad enfrenta una profunda crisis que amenaza su reputación a nivel internacional.

Un listado de la revista especializada Travel and Tour World incluyó a Machu Picchu entre los destinos que ya “no valen la pena visitar”, pues se ha convertido en una “moda viral” más, mientras que desde el sector advierten que la crisis es estructural y no reciente.

Para los gremios, los problemas responden a una mala gestión de

años, marcada por la reventa informal de boletos, filas interminables y denuncias de corrupción interna.

De hecho, de no revertirse la situación, la Cámara de Comercio, Industria, Servicios, Turismo y de la Producción del Cusco estima que para el primer semestre de 2026 las reservas podrían caer un 15%, lo que equivaldría a US\$ 400 millones menos para la economía nacional.

Los detalles de la crisis

Los problemas actuales datan de 2022. Tras conflictos sociales en la zona, el Ministerio de Cultura (Mincul), junto a la Municipalidad Distrital de Machupicchu, representantes de la sociedad civil y la Dirección Desconcentrada de Cultura (DDC) de Cusco, autorizaron la venta presencial de 1.000 entradas diarias.

Para entonces, esa cantidad equivalía al 25% del total de tickets permitidos por jornada, conside-

rando que el aforo del parque era de 4.000 personas. El 75% restante se vendía *online*. Actualmente, se permite el ingreso de 5.600 turistas, pero se mantiene la cuota para la venta presencial.

La medida gubernamental buscaba atender las demandas locales y garantizar un acceso equitativo para quienes llegaban sin reserva previa, pero su impacto fue adverso. Los turistas empezaron a agolparse ante las ventanillas esperando su pase, muchos se vieron obligados a pernoctar más días, y se desencadenó un sistema de reventa y falsificación de boletos.

Los organismos intentaron solventar la situación, pero se encontraron con un sistema de ventas

irregular y un mercado negro que habría generado ganancias -para sus promotores- por 25 millones de soles (US\$ 6,5 millones) solo en 2022.

Pese a todos los antecedentes, la venta presencial de 1.000 boletos se mantuvo, con un sistema de doble fila que tampoco tuvo éxito. Así, en julio de este año, el Ministerio de Cultura (Mincul) eliminó el formato, habilitó cinco ventanillas simultáneas y un sistema de visualización de la disponibilidad de cupos en tiempo real.

Gestión e inversión

Desde una mirada local, las agencias de turismo vinculan el problema con falta de planificación y saturación de la ciudad. Según la gerente general de la agencia de turismo Qosqoinkatour, Madeline Lucero, el sistema actual carece de trazabilidad y transparencia, “lo que impide que se planifiquen los viajes con certeza”.

En plena temporada alta, el sector privado exige eliminar la cuota de venta presencial y avanzar hacia un sistema 100% digital. Según un comunicado de Cartuc, “la virtualización completa del boletaje no es

una alternativa, sino una necesidad impostergable”.

“Las consecuencias ya se evidencian. Tour operadores internacionales están retirando al Perú de sus catálogos por falta de certeza en la disponibilidad de entradas. Las cancelaciones aumentan y los turistas reconsideran su decisión de visitar el país. El daño reputacional es tangible y creciente”, enfatizó el escrito.

De acuerdo con el presidente de la cámara turística del Cusco, José Fernando Santoyo, estas exigencias requieren, además, un cambio en la entidad que gestiona Machu Picchu. Por eso proponen que sea el Ministerio de Comercio y Turismo el que se haga cargo de la ciudadela y que se cree una mesa técnica que involucre al sector privado para construir soluciones sostenibles.

“La solución de la crisis tiene dos líneas. Una es que haya voluntad política de nuestras autoridades nacionales para resolverla, y segundo, que, como gremio empresarial, hagamos nuestro trabajo de convencer a las autoridades sobre la importancia de la gestión del turismo”, enfatizó.

Lea más en DFSUD.com.

US\$ **6,5**
 MILLONES
 HABRÍA GENERADO LA VENTA
 IRREGULAR DE BOLETOS SOLO EN
 2022.