

# El Turista Expoliado

por Sebastián Salazar Bondy

Sin duda, son Cuzco y Machu-Picchu los lugares de mayor atracción turística del país. Pero es allí, también, donde el turista tropieza con las mayores dificultades para satisfacer su curiosidad e interés por las reliquias de arte e historia que la zona guarda. Un ejemplo bastará para demostrar hasta qué extremo los visitantes son objeto de abuso por parte de las agencias dedicadas al traslado de los forasteros de un punto a otro. Se trata de un caso que hasta este cronista ha venido a exponer un grupo de jóvenes colombianos que recientemente visitara, en viaje de vacaciones, la antigua capital incaica. Como ellos, cientos de extranjeros son sometidos al régimen que dos o tres empresas —las cuales, de otra parte, actúan de común acuerdo— han establecido arbitrariamente ahí. Se impone, palmariamente, la necesidad de acabar con tal sistema, con el fin de que el turismo venga a ser en el Perú la excelente fuente de recursos que en otros países constituye.

## Abuso y Represalia

Aquellos estudiantes colombianos llegaron al Cuzco y, luego de recorrer la ciudad y conocer sus variadas reliquias, decidieron ir a Machu-Picchu, la famosa ciudadela que a través de tantos y tan entusiastas comentarios se ha convertido en una de las maravillas artísticas de América. Una de las agencias de turismo que funcionan en las proximidades del hotel cuzqueño les exigió la suma de S/. 140.00 por persona, y siendo ellos ocho, el viaje —y sólo el viaje, puesto que el almuerzo en el refugio de Machu-Picchu cuesta S/. 20.00 cubierto— les importaba un desembolso de más de mil soles. No obstante este subido precio por el transporte en autocarril —medio de locomoción ni muy moderno ni muy eficiente—, los visitantes ordenaron que se les separan los correspondientes pasajes. Sin embargo, acudieron al Touring y

Automóvil Club, la única institución con carácter nacional que se ocupa de turismo en el Perú, y allí averiguaron el valor de los billetes del vagón a Machu-Picchu. Se enteraron, de esta manera, que por ocho personas el precio no ascendía más allá de los S/. 350.00. Es decir que la empresa turística ganaba, por el simple hecho de ser intermediaria y poner un guía, un porcentaje del 400% sobre el valor de los pasajes. Como es lógico, retornaron a la agencia de turismo e hicieron la correspondiente reclamación. Por toda respuesta recibieron la noticia de que esa agencia se veía imposibilitada de llevarlos a las ruinas debido a que el coche ya había sido contratado por otros pasajeros. En pocas palabras, ejerció esa compañía una represalia grosera e inaceptable.

Por supuesto que los estudiantes colombianos fueron a Machu-Picchu. El problema radicó únicamente en que no encontraron un guía profesional para que les hiciera las elementales explicaciones históricas y técnicas sobre los monumentos que visitaban por primera vez. Ello, a pesar de que hablaron con algunos formados en la Escuela de Guías que el Estado mantiene. La explicación que esos funcionarios dieron a su negativa de acompañarlos es sencilla: cualquier guía que actúe de modo independiente a las agencias de turismo es objeto, posteriormente, de un boicot por parte de ellas. El monopolio, pues, funciona a la perfección. Alojamiento, transporte, cicerones, etc. están al servicio de esas compañías comerciales cuyo único objetivo es enriquecerse a costa del forastero. Y los amigos colombianos se habrían quedado sin noción de lo que los especialistas han dicho de Machu-Picchu, si no hubiera sido por la generosa ayuda que les prestó don César Soto, administrador del hotel adyacente a las famosas ruinas.

## Fundar un Organismo

Esta situación perjudica al país. Permitirla es fomentarla, y mientras no se tomen medidas para impedir la hegemonía de las agencias de turismo, el país estará alejando de sí a la enorme corriente de viajeros que se halla dispuesta a venir al Perú y dejar aquí sus divisas. El turismo, que en México es una industria tan poderosa que, después de la del petróleo, es la que mayor renta produce a la nación, no ha sido organizado aún entre nosotros. No se trata sólo de la cortina consular que se levanta ante el extranjero, del descuido en que se encuentran los monumentos, de la insuficiencia de los medios de transporte y el alojamiento, etc., sino, principalmente, de la falta de cortesía y comedimiento que impera allí donde han puesto sus banderas los monopolistas del viaje. Lo que corresponde hacer es fundar un organismo oficial, planeado sobre el modelo de los que existen en otros países de Europa y América, y encomendarle la realización de todo lo concerniente al tratamiento del turista. Y no sólo eso: también la tarea de ir hacia él en su lugar de origen e invitarlo a venir al Perú con la promesa de que aquí encontrará ese placer que busca, esa satisfacción que paisaje y tradición en nuestra patria se ofrecen espontáneamente, libre de expoliaciones como la que en este artículo se denuncia. Sólo de esta manera el prestigio turístico del Perú tendrá su plena y efectiva justificación.