

Día1

LUNES 3

OCTUBRE 2005
N° 73, AÑO 2
El Comercio

dia1@comercio.com.pe

ENTREVISTA >> 10

“Vamos a generar un nuevo ‘boom’ de la maca”

JOSÉ LUIS SILVA
Laboratorios Hersli



>> SUPLEMENTO SEMANAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

LA META PRIMORDIAL DEL PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DEL TURISMO ES DESCENTRALIZAR. ¿LO LOGRARÁ? >> 14



TURISMO: OTRA MIRADA

US\$150 MILLONES PARA SAN ISIDRO >> 6

Proyectos inmobiliarios se preparan en el centro financiero de Lima. Los inversionistas: el grupo Brescia, Inversiones Centenario y el Swissotel.

ANYPSA QUIERE PINTAR ALTO >> 8

Si bien la fábrica de cervezas de la familia Torvisco tardará unos meses más en operar, en pinturas están listos para entrar al segmento premium.

EL INFORME

Escrito por RICARDO LEÓN
 Ilustrado por CARLOS RAMÍREZ

El Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015 asoma como la solución a los problemas -aún no críticos- que afectan el desarrollo equilibrado del turismo en el Perú. Podría ser la primera vez que hay una verdadera política de Estado en el sector.

TIEMPO DE

Frente a la laguna Sulluscha, en el caserío del mismo nombre en el distrito cajamarquino de Nancoca, vive Enrique Huamán Sánchez, un agricultor-albañil que tiene dos grandes preocupaciones en la vida: que los siete familiares -esposa, hijas, yerno y nietos- que viven con él tengan qué comer, y que lo ayuden a mantener las dos habitaciones en las que se hospedan cada cierto tiempo pequeños grupos de turistas que optan por dejar por unos días sus cómodos departamentos en ciudades del primer mundo para conocer cómo viven, trabajan, comen y piensan personas de otro continente, a 3.000 metros de altura y que no piden propinas ociosas.

Con ellos aprenden a sembrar habas o cebada, de acuerdo al calendario agrícola; y desde las cinco de la mañana sacan el ganado de los corrales, alimentan a los cuyes y conejos, preparan pan en hornos de barro, tratan de tejer como lo hacían los incas, almuerzan chupe verde con harina de cebada y su chicha de jora más, participan en rituales místicos de agradecimiento a la Pachamama y duermen con las comodidades indispensables que se reducen a una cama, un techo y una estufa.

La familia Huamán Sánchez quizás no tiene ni idea de lo bueno que resulta su apego para la concepción del turismo responsable y novedoso que el Perú se propone enfrentar. Ellos forman parte de lo que se conoce como turismo vivien-



LA META ES LLEGAR AL 1,25 MILLONES DE TURISTAS ESTE AÑO.

cial, que surgió gracias al tino de dos jóvenes operadoras turísticas que vieron más allá de Machu Picchu y las líneas de Nazca. Mariela Jiménez y Ana María Cacho, socias de Vivencial Tours, iniciaron esto como un proyecto universitario hace un par de años, pero vieron que cada vez más italianos, alemanes y canadienses ("los gringos son más comodones") se interesaban por pagar interesantes sumas de dinero por conocer lugares que no aparecían en internet, menos en postales. Y aunque reconocen que trabajan casi a pérdida, porque gran parte de las ganancias se reinvierten en la propia comunidad, les anima el hecho de que cada vez más familias peruanas buscan realizar este tipo de viajes ("los clientes más satisfechos siempre son los niños") y, principalmente, que no muchas empresas han descubierto que dentro de unos años esta actividad será un "boom".

Si se quiere analizar este ejemplo desde un punto de vista global, podría decirse que encaja perfectamente en lo que propone el Plan Estratégico del Turismo 2005-2015 (Pentur), que análogamente es algo así como el Acuerdo Nacional en materia de turismo, solo que este sí propone medidas concretas para que este sector abandone el raquítico 0,15% de participación porcentual en el flujo turístico mundial, que asciende a un total de 760 millones de viajeros (a 2004) y representa el 10% del PBI del mundo, dando empleo a una de

cada nueve personas: un empleo nuevo cada 2,4 segundos.

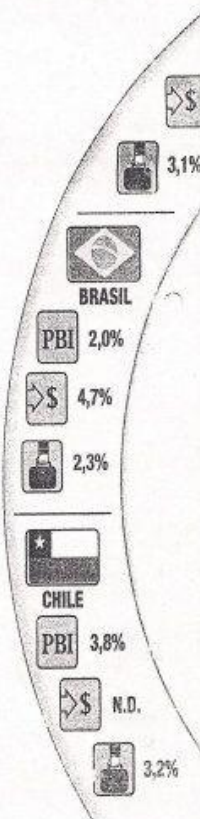
NUEVOS NICHOS

Como el Perú tiene diversos atractivos turísticos y de distinto calibre, lo primero que el Pentur hizo fue dividir el territorio en ocho zonas turísticas (ver mapa), definidas bajo un criterio basado en productos turísticos afines, y a su vez agrupadas en tres Comités de Enlace (macro noroccidental, macro centro, y macro sur), monitoreados por una Secretaría Técnica y una Comisión Multisectorial Permanente.

Cada una de las ocho zonas designadas deberá, como parte del plan, establecer su Organización de Gestión de Desarrollo (OGD), las cuales se encargarán de manejar la oferta y la demanda de sus "productos" turísticos de acuerdo con las estrategias de marketing que escojan. Eduardo Buse, secretario técnico del Pentur, explica que en los próximos meses una consultora española especializada se encargará de realizar el planeamiento estratégico de las ocho zonas. "Queremos que cada zona tenga su marca, su distintivo propio", explica.

Una de las estrategias a seguir es que cada zona turística se mire en el espejo y defina cuáles son sus potencialidades, es decir, qué tipo de turismo ofrece, qué "nichos" puede promover.

Por ejemplo, dentro del circuito de naturaleza figuran la visita a playas (Tumbes y Piura encaban aquí), el de aventura, el andinismo

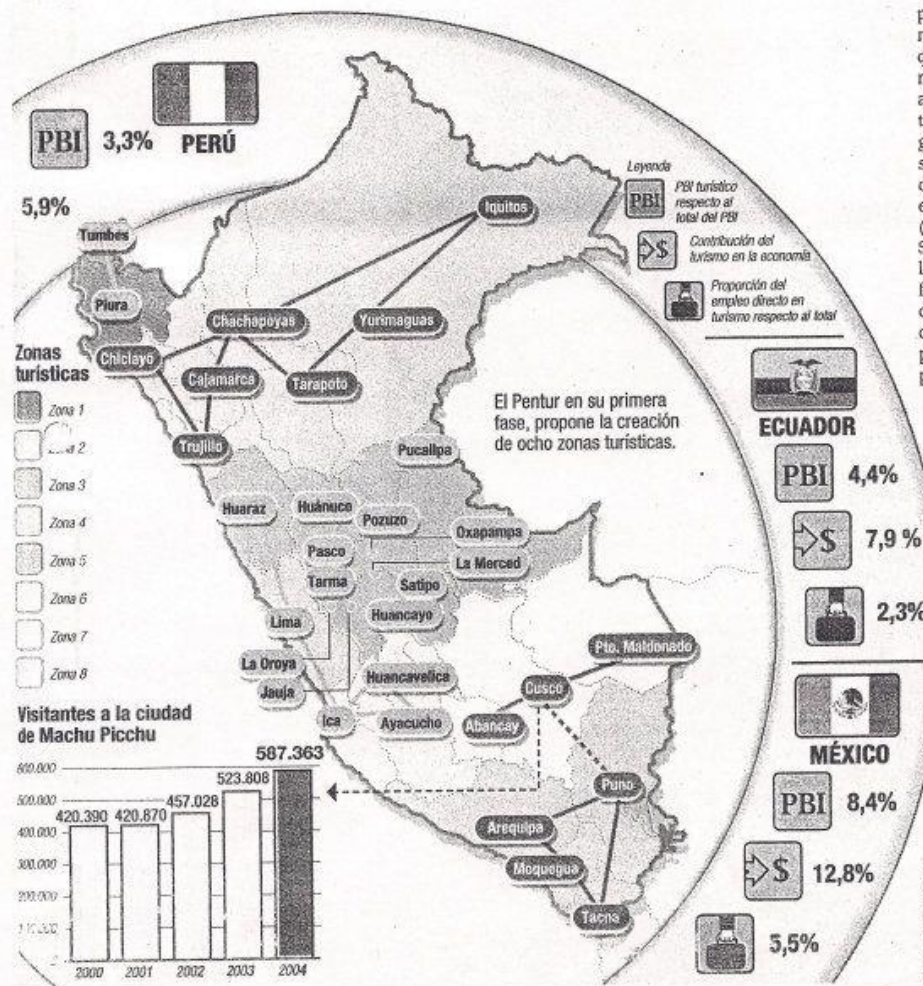


5,9% ES LA CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR TURISMO EN LA ECONOMÍA, SEGÚN LA RECIENTEMENTE LANZADA CUENTA SATELITE.

25% CRECIÓ LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL PAÍS EN EL 2004, SEGÚN EL MINCETUR.

0,15

VIAJE



y el trekking, el avistaje de fauna (a pesar de contar todas las variedades de aves vienen 2.000 birdwatchers de un total de seis mil recorren el mundo), o los aficionados y coleccionistas de orquídeas, estudiosos de ecoturismo, la visita a nacionales y el turismo rural.

Por otro lado, figura el turismo deportivo, que incluye la pesca deportiva, la esqui de nieve y hasta el golf. Además que se conoce como turismo rural, que abarca todo lo relacionado al turismo vivencial; mist trata de llevar turistas a las zonas, como comúnmente sino a pueblos con costumbres realmente místicas en la selva y la sierra; (aprovechando fiestas como Señor de los Milagros, San la Virgen del Carmen y las fiestas patronales); arqu comunitario; y hasta turismo diario (otro nicho que empocos y en el que participan palmente agentes europeos).

Incluso se consideran nichos hipotéticos a la creación de convenciones; gastronómico (cómo malismo (el 22% de los que visitan el país baños termales y act se está elaborando proyecto "Cajamarca, mal de los Incas"); para la tercera edad la visita exclusiva turística.

Sin embargo, esta creación hacia ofertas e tiene que ir de la mano urgente labor de formación. Por ejemplo, según el Turista Extranjero del (el más reciente a la 47% de los visitantes actividades ligadas al ecoturismo 36% realizó deportes de pero este es un nicho informal a nivel de operad Purlasca, director ejecutivo Asociación Peruana de Turismo y Ecoturismo (A