

ROLANDO ARELLANO C.

Presidente de Arellano Marketing
y profesor de Centrum Católica



Un país sin restaurantes

En el Perú tenemos muchos cocineros con buena imagen e inmenso potencial, pero solamente algunos son exitosos empresarialmente. ¿Cuál es la principal diferencia entre ambos? Que todos los exitosos tienen un restaurante para ofrecer sus productos, mientras que la mayoría que no lo son no lo tienen. Eso parece estar pasando con el turismo en el Perú, sector que se desarrolla muy poco no por problemas de atractivo, sino porque no se ha generado la oferta adecuada al público. Analicemos el caso preguntándonos por qué ese sector no despegó y por qué solo recibimos 3 millones de los más de 1.000 millones de turistas del mundo.

¿Será que no somos suficientemente interesantes? Quizás, podrían decir algunos, comparándose con España o Francia, que reciben 20 veces más turismo que nosotros. Pero teniendo una gran variedad de regiones, de climas, de culturas, historia, artesanía, gastronomía y etcétera únicos en el mundo, ¿no resulta extraño que nuestro vecino Chile reciba mucho más turismo que nosotros?

¿No es quizás que otros países tienen mucho más experiencia y tradición en turismo y gozan de la inercia que da la recomendación de boca a oreja? Puede ser, pero ¿cómo explicar entonces que Vietnam, que acaba de abrirse al mundo, reciba ya el doble de turistas que el Perú?

¿Será que nos falta promocionarnos? No parece, porque tenemos a Machu Picchu y las Líneas de Nasca, grandes maravillas que rivalizan en interés con las pirámides y el Partenón, y hacen que el mundo sepa que el Perú es rico en atractivos. Además, nuestros diferentes gobiernos se han esforzado en hacer publicidad para atraer turistas, como el caso de los spots recientes de la marca Perú espiral en todo el mundo.

Si tenemos grandes atractivos, muchos años de experiencia y somos conocidos, ¿por qué entonces no nos desarrollamos? Quizás porque somos como ese gran cocinero, que tiene los ingredientes correctos, sabe cómo mezclarlos hasta que queden en su punto y es muy conocido por la población, pero no tiene un restaurante preparado para recibir a los cientos de clientes que desearían probarlo. Su potencial está subexplotado.

¿Subexplotado Nasca?

VIETNAM
¿Cómo explicar entonces que Vietnam, que acaba de abrirse al mundo, reciba ya el doble de turistas que el Perú?

NASCA
¿Subexplotado Nasca? Sin duda, pues siendo una de las grandes incógnitas del mundo no tiene siquiera un adecuado sistema de observación.

se pregunta el lector. Sin duda, pues siendo una de las grandes incógnitas del mundo no tiene siquiera un adecuado sistema de observación (en Turquía 2.000 personas cada día pagan 150 euros para ver Capadocia en globos aerostáticos).

¿Subexplotada Lima? Por supuesto. ¿No es extraño que teniendo aquí tanta historia, el lugar más visitado por los turistas sea el centro comercial Larcomar?

¿Subexplotado Ayacucho? Evidentemente. ¿Dónde podría alojarse decentemente un grupo importante de turistas que quiera visitar sus decenas de iglesias?

¿Subexplotada la imagen del Perú? Por cierto, porque de nada vale la publicidad si no tiene un producto que cumpla con lo prometido.

Queda claro entonces que la demanda y las oportunidades de inversión en turismo están allí esperando a inversionistas como usted. Ya existen pruebas de éxito como las de Inkaterre, Casa Andina y Decameron, innovadores que solo esperan que otros sigan su ejemplo; porque aquí la competencia en lugar de importunar, ayuda a crecer a todos.

Para acabar, no olvidemos que el gran cocinero puede decidir no crecer y vivir como artista de su fama y su público limitado. Un país no puede darse ese lujo.