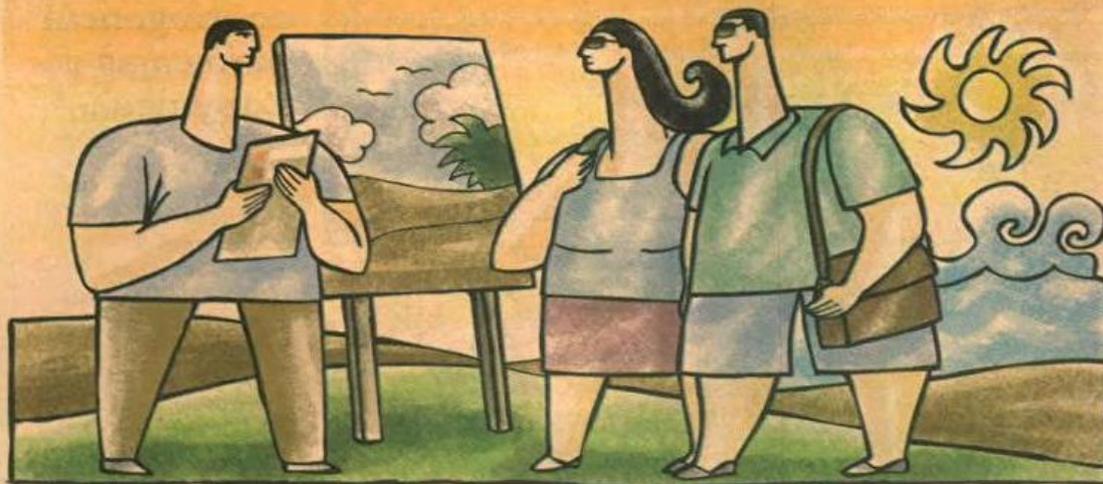


Fomentando el turismo interno en el Perú



OPINIÓN

Otto Regalado Pezúa
PROFESOR DE MARKETING -
UNIVERSIDAD ESAN



Revisando los feriados no laborables otorgados a los trabajadores estatales recientemente para el 2012, identificamos algunos de ellos justificables, como el lunes 30 de abril, puente del Día del Trabajo; el viernes 27 de julio, víspera de Fiestas Patrias –que este año caen sábado y domingo; el viernes 31 de agosto, puente del día de Santa Rosa de Lima; el viernes 2 de noviembre, puente del Día de Todos los Santos; el lunes 24 de diciembre, víspera de Navidad, y el 31 de diciembre, víspera de Año Nuevo.

Sin embargo, hay dos feriados que han despertado en la mayoría de peruanos una gran confusión, pensando que el Gobierno quería fomentar la celebración del Día de San Valentín, el día 14 de febrero, y realizar el puente el día 13. Al respecto, el ministro de Comercio Exterior y Turismo José Luis Silva Martinot, señaló a los medios que “los feriados declarados no laborables por el Gobierno no guardan relación alguna con San Valentín”. Recordó también que “el 12 y 13 de febrero son los días centrales de la Virgen de la Candelaria, en Puno”, e hizo referencia a la celebración de los carnavales tradicionales en Cajamarca.

Nos preguntamos si otras festividades que se celebran a lo largo del año en otras regiones del país no merecen la misma oportunidad. Sobre todo, sabiendo que este sector económico es estacional, nos preguntamos también si febrero es un buen mes para fomentar el turismo interno.

Con respecto a la primera pregunta, debemos recordar que la diversidad natural y cultural de nuestro

“Es recomendable promocionar un destino en temporada baja, que debe ser accesible (conectividad)”.

país enriquece y diversifica el calendario turístico; que todas las regiones deberían recibir el mismo trato por parte del Estado y que sería recomendable darles prioridad a aquellos destinos que estén listos para recibir un mayor flujo de turistas, como, por ejemplo, la ruta Moche.

Estas festividades ya tienen un flujo turístico natural, que saturan la capacidad hotelera instalada; además, la alta demanda y la poca oferta de asientos –solo hay 432 espacios en LAN para el día 11 de febrero a Cajamarca y un solo vuelo directo a Juliaca (y 3 con escala en Cusco o Arequipa) en la misma aerolínea– hacen que los precios

de los pasajes por vía terrestre se dupliquen.

Con respecto a la segunda pregunta, recordemos que el verano es temporada alta para el turismo de playas, y lo que hacen los turistas internos, sobre todo provenientes de Lima –principal región emisora de turismo interno–, aprovechando las vacaciones escolares, es saturar los destinos de sol y playa. Esto también debido a que precisamente el mes de febrero es temporada de lluvias en la sierra y que el Camino Inca está cerrado.

En resumen, podemos concluir que es recomendable promocionar un destino en temporada baja, que debe ser accesible (conectividad) y que la planta turística pueda ofrecer una alta calidad de servicio a los turistas. En este punto concreto, tal vez hubiera sido suficiente continuar con la campaña “Puno pone” e iniciar la campaña “Cajamarca pone”, o tal vez declarar feriados no laborables solo en las regiones donde se dan las festividades y en aquellas conectadas al destino.

Finalmente, hacemos una reflexión: ¿Por qué no pensar en declarar un feriado no laborable durante la segunda semana del mes de marzo para promocionar el Festival de la Vendimia en Ica? Se trata de un festival internacional, de un destino accesible por la Panamericana Sur, y sobre todo, de un destino que para su reconstrucción y sostenibilidad, necesita que los turistas regresemos.