

CASI 300 MIL PERSONAS VIAJARÁN A DESTINOS CERCANOS AL PAÍS ANFITRIÓN

El Perú puede sacar provecho del Mundial y Olimpiadas de Brasil

■ Prom-Perú invertirá este año S/.47 mlls. en los países que vendrían a competir

Luego de su Mundial de Fútbol 2014 y sus Olimpiadas del 2016, Brasil espera que el número de turistas que recibe anualmente alcance los 11 millones (actualmente son 5 millones).

La cifra, por supuesto, ha llamado la atención de todos los países de Sudamérica y varios ya se preparan para captarlos.

¿Y en el Perú, qué se hace al respecto? En julio del año pasado, el director de Mercados Internacionales del Instituto Brasileño de Turismo (Embratur), José Luiz da Cunha, visitó Lima y nos dejó una frase alentadora: "Por lo menos 300 mil de los turistas que lleguen por el Mundial y las Olimpiadas se quedarán a pasear más tiempo de lo que duren las competencias, y no solo en Brasil". O sea, 300 mil potenciales viajeros a quie-



2011. En Sao Paulo, Río, Curitiba y Porto Alegre habrá 33 programas de promoción del Perú.

nes apuntar la promoción del Perú.

La tarea no es sencilla. No se trata de difundir publicidad a discreción en los países desde donde llegarán las selecciones (y sus hinchas) participantes.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Prom-Perú) ha detallado

a El Comercio que durante el 2011 invertirá cerca de S/.14 millones en posicionar nuestros atractivos en Norteamérica, poco más de S/.15 millones en Europa, casi S/.4 millones en Asia y Oceanía, y S/.14 millones en Latinoamérica.

Esos montos servirán para financiar la participación del Perú en ferias, works-

hops y estudios de mercado —entre otros— en varios de los países que suelen competir en los mundiales y las olimpiadas. El gasto, vale aclarar, no es precisamente para presentar la oferta turística peruana a propósito de los certámenes deportivos, pero ayudará a que en esos mercados se conozcan mejor nuestros destinos.

EN PUNTOS

■ Sudáfrica solo recibió 310 mil turistas durante el mundial del 2010, según la FIFA. El 5% visitó países vecinos. Faltaron vuelos.

■ Esos visitantes se quedaron poco más de 10 noches en la tierra de Nelson Mandela y gastaron US\$509,6 millones.

■ Argentina, Paraguay, Uruguay y Chile ya preparan campañas de promoción para captar parte de la masa de viajeros.

RUMBO AL MUNDIAL

En cuanto al Mundial del 2014, Prom-Perú ha informado que realiza un estudio para recabar datos de los países a los que dirigirá su promoción. La entidad adelanta que sus acciones se enfocarán en los operadores seleccionados por la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA)

para vender Brasil y el resto de Sudamérica. Prom-Perú no ha revelado la fecha en que terminará su estudio.

Katia Silva, gerente de la división Europa de Cándor Travel, sugiere ofrecer tours de 5 días a quienes lleguen a Brasil 2014.

¿Qué se debe conocer de estos mercados emisores de turistas? Otto Regalado, especialista en marketing turístico de la Universidad ESÁN, sugiere averiguar cuánto tiempo estarán dispuestos a quedarse en Sudamérica los visitantes, cuánto dinero podrán pagar y cómo se les puede facilitar la llegada al Perú.

"Hay que tomar en cuenta que el Mundial se realizará en temporada alta para nuestra región, lo que significa que los pasajes desde Europa estarán a US\$1.000 y los de Brasil al Perú a US\$700, por lo menos", añade Regalado, quien destaca que no tenemos las facilidades de conexión que sí ofrecía Francia a sus turistas en el Mundial de 1998.

Por cierto, en este caso toca olvidarnos de la Interoceánica, pues nadie tendrá tiempo suficiente para recorrerla en esos días. A la fecha, cuatro aerolíneas operan 50 vuelos semanales entre el Perú y Brasil. ■