

La Libertad: la importancia de consolidar una marca regional

● A pesar de que La Libertad es uno de las regiones con mayor potencial de crecimiento turístico en el Perú, la mayoría de extranjeros tiende a relacionar al país con los atractivos turísticos del sur, como Machu Picchu en Cusco, el Cañón del Colca en Arequipa o el Lago Titicaca. Para ampliar el campo de visión del visitante, es necesario empezar a trabajar en una

marca región con el objetivo de impulsar el posicionamiento de La Libertad y sus ciudades como Trujillo, Otuzco, Pacasmayo o Virú. Una marca regional permite destacar atributos o características particulares, ya sea su historia, su gastronomía, cultura o elementos naturales. Al posicionarse en la mente de las personas, ya sean peruanas o extranjeras, aumentarán las

posibilidades de que sea visitado cuando estas personas salgan de vacaciones.

En La Libertad, los cambios del clima, originados por el calentamiento global, han originado que su capital, Trujillo, pueda correr el riesgo de no ser vista como la Ciudad de la Eterna Primavera. Ante ello, podrían impulsarse atractivos turísticos más ligados a la historia de la región, como los



Otto Regalado
profesor del
MBA de Esan

complejos arqueológicos donde se asentó la cultura Moche, además de su gastronomía, su folclor y sus playas, ideales para practicar surf.