

# Razones para no participar de la crisis

Diego  
de la Torre  
Empresario\*



Hace 15 años un amigo inglés definía al Perú como "10 segundos de la BBC al año". Afortunadamente, nuestro país empieza a tener una mayor presencia económica y cultural en el escenario mundial. Así lo demuestra el interés de periódicos y revistas internacionales como "Forbes", "The Times" y "The Economist", que escriben sobre el Perú como un

destino atractivo para la inversión y para el turismo cultural. Lo que parecían chispazos aislados, como Sofía Mulanovich, Juan Diego Flórez, la gastronomía, Claudia Llosa o el grado de inversión, empieza a convertirse en un fenómeno sistemático en áreas como la literatura, la economía, el derecho, la innovación tecnológica y el cine, entre otras.

Hace poco estuve en un seminario en donde participó Madeleine Albright y tuve la oportunidad de preguntarle acerca de su opinión sobre la iniciativa de Jeffrey Sachs de destinar el 0,7%

“ Se ha generado una masa crítica de peruanos que demuestran que podemos ser de clase mundial ”

del PBI de los países ricos para ayudar a países en desarrollo en una especie de Plan Marshall global. Al ver que era peruano, me dijo que la idea de Sachs le parecía interesante, pero que le entusiasma más la idea de Hernando de

Soto sobre el 'legal empowerment of the poor' y que estaba trabajando con él en ese tema.

Desde hace un tiempo se ha generado una masa crítica de peruanos que demuestran que podemos ser de clase mundial y que se está consolidando ese vital activo intangible de toda sociedad que aspira a ser del primer mundo: autoestima y solidez psicológica para atreverse a pensar en grande. Desde el congreso del BID en el 2004 hasta las exitosas cumbres del ALC-UE y del APEC, el Perú está en el radar del mundo y se empieza a

globalizar la peruanidad. El 'made in Peru' y el capital intelectual local empiezan a convertirse en sinónimos de calidad y de originalidad. La mayor presión competitiva del mercado global ha despertado la creatividad y ha mejorado notablemente la gestión de nuestras empresas, como Bambos y el BCP.

Hace muy bien el presidente García en promover directa y personalmente las inversiones en nuestro país, sin desperdiciar ninguna ocasión para proyectar una imagen moderna, ganadora y seria del Perú. Es común encontrarse con altos ejecutivos de importantes empresas europeas y asiáticas que nos visitan porque habían recibido una carta del pre-

sidente del Perú.

Todos los peruanos debemos convertirnos en promotores de la inversión y aprovechar cada oportunidad que tenemos para decir que nuestro país es uno de los mejores lugares del mundo para vivir, crear riqueza con responsabilidad social y experimentar una inigualable multiculturalidad. Sigamos el ejemplo de Oswaldo Sandoval al inaugurar el complejo logístico Lima Cargo City, quien parafraseando a Sam Walton, el fundador de Wal-Mart, dijo: "Luego de analizar la crisis, he decidido no participar en ella".

\* PRESIDENTE DEL PACTO GLOBAL PERÚ