



## El Comercio

@elcomercio | elcomercio.pe | (51) 947-031-286

POSDATA

### Rosario Flórez

Directora de Viajes Rosario Flórez

Tengo 65 años de edad y trabajo en el rubro de viajes desde hace más de 40 años. Estudié historia del arte y decidí trabajar en turismo para poder tener pasajes para ir a conocer las fuentes de la historia de todo el mundo. Al final, opté por quedarme en el sector turístico porque viajar se volvió mi pasión, así como hacer que las personas vivan experiencias únicas. Hace 15 años tengo la agencia Viajes Rosario Flórez y desde hace aproximadamente seis hemos lanzado en el país la posibilidad de que todos los peruanos interesados puedan realizar un viaje sin igual al espacio, de la mano de la empresa Virgin Galactic.



# “Hay 18 peruanos interesados en viajar al espacio”

DIEGO SUÁREZ BOSLEMAN

Rosario Flórez es la directora de la única agencia de viajes del Perú que tiene el certificado de la empresa Virgin Galactic para ofrecer la posibilidad de ir al espacio. Aunque no hay una fecha fija para esta aventura, ya hay peruanos buscando pasajes.

En el 2014, el prototipo de nave espacial de la empresa Virgin Galactic estalló durante un vuelo de prueba; una persona murió y otra quedó herida de gravedad. Sin embargo, la compañía se mantiene firme en su objetivo de realizar el primer vuelo turístico al espacio. —¿Cómo se convirtió en el vínculo entre los peruanos y los viajes al espacio? Esto surgió aproximadamente hace seis años, cuando nosotros, como Viajes Rosario, recibimos una llamada de Londres, del astronauta comercial de Virgin Galactic, que nos preguntó si estaríamos interesados en tener una entrevista la siguiente semana. Habían hecho un estudio entre los profesionales de turismo del Perú y habían seleccionado a algunas personas. Acordamos una conferencia a larga distancia en la que me preguntaron de todo: “¿Cuántos años tiene en el mercado? ¿Qué tipo de producto vende?”. Le dije que nosotros, más

que productos, vendíamos experiencias de viajes y que el tema del viaje al espacio no era un producto más, era una experiencia que debía transmitirse a los peruanos como algo posible de ser realizado.

—¿Fue complicado obtener la certificación de Virgin Galactic? Después de la entrevista me mandaron la carta de nombramiento y me invitaron a participar en la capacitación, que era muy exigente. Tuve que ir a California, donde estuvimos en un ‘meeting’, y luego tomamos un avión privado para ir al puerto espacial de Mojave, el lugar donde estaban terminando de construir la nave SpaceShipTwo.

—¿Vio la nave en vivo y en directo. Llegué en el avión rentado junto con todos los agentes de viajes que habían sido escogidos. Y cuando me asomé por la ventana del avión, vi la pequeña nave de Virgin Galactic empujada por cinco personas. Era super liviana. Yo no podía creerlo. Fue una maravilla. —¿Qué se le vino a la mente al ver la nave? Esto es posible para que lo haga cualquier persona, pensé. Estos viajes los puede hacer cualquier persona. Son accesibles. Lo puede hacer cualquier persona que no esté embarazada o que no esté en un tratamiento de quimioterapia en el momento del viaje. Tenemos un interesado que tiene 82 años, que quiere viajar porque ha invitado a su nieto y

dice que el sueño de su vida es viajar al espacio; y se le apareció la Virgen cuando me escuchó hablar de que los viajes al espacio eran algo posible y que no costaban cinco millones de dólares, como cuesta la nave Soyuz de Rusia, sino 250 mil dólares por persona.

—¿Qué tanta es la acogida? Hay un poco más de 700 personas de todo el mundo que ya han pagado. Algunos han dado el 100%, otros han dado el primer depósito. En el Perú tenemos 18 interesados que están constantemente llamándonos a ver si ya hay fecha del viaje. —¿Todavía no han pagado? Todavía no, porque las reservas las tienes que hacer directamente a la oficina de Londres de Virgin Galactic.

“Nadie ha pensado que es una estafa gracias a la trayectoria de sir Richard Branson, el dueño del Grupo Virgin”.

“Hay dos amigas de 50 años que están entusiasmadas. Una de ellas me dice: ‘Lo único que quiero es decirles a mis nietos que estuve en el espacio’”.

Además, tienen que pasar por algunos exámenes y todavía no han llenado los formularios de salud. Pero siempre están llamando y mantienen vivo el interés de viajar al espacio.

—¿Cómo es el perfil de los peruanos interesados?

Son 18 interesados, entre los cuales hay un mix increíble de todas partes. Tenemos a este señor de 82 años con su nieto de 19. Todos tienen que ser adultos. Hay otro señor que vive en Los Olivos y que quiere ir con su hijo, pero este es menor de edad. Pero dice que lo va a anotar porque cuando se pueda viajar ya tendrá la mayoría de edad. Después hay dos amigas de 50 años que están entusiasmadísimas. Una de ellas me dice: “Lo único que quiero es decirles a mis nietos que estuve en el espacio”. Tenemos tres empresarios y a un grupo de ocho personas que están viendo la oportunidad.

—¿Cómo se hace para que un viaje que no tiene fecha fija no sea tomado como una estafa?

Gracias a Dios nadie ha pensado que es una estafa, ya que conocen la trayectoria de sir Richard Branson, un inglés que es dueño del Grupo Virgin. Lo que él dijo cuando se asoció con el creador del SpaceShip One, que ganó un premio de 10 millones de dólares al haber llevado el primer hombre al espacio en plan comercial, fue: “Yo aquí tengo mucho que perder si sale mal. Entonces no pongo fecha. A mí no me interesa la puntualidad en el caso de Virgin Galactic, me interesa la seguridad”.

—¿Algunas personas dieron un paso atrás debido al accidente del 2014?

Creo que ha habido dos clientes que dieron marcha atrás, de 700 y tantos. Los demás siguen pensando en que van a viajar y continúan dándole su apoyo a Branson. Un señor me llamó y me dijo: “Qué lástima. Ojalá que no nos pase a nosotros cuando vayamos”. Su comentario fue tan genial porque el señor está seguro de que va a viajar.

### PEDRO CANELO



## GUZMÁN: EL LAPADULA DE LAS ELECCIONES

“¿Cuántos ‘guzmanlovers’ han leído su plan de gobierno? ¿Cuántos han visto un partido completo de Lapadula con el Pescara?”.

Con una camisa de horario de oficina, con una estatura por debajo del promedio, Julio Guzmán es lo menos parecido a un futbolista profesional. Entonces, ¿qué lo podría unir a Gianluca Lapadula, ese delantero ítalo-peruano que ha atraído la atención del periodismo deportivo en las últimas semanas? Muy simple, los dos se han convertido en una inquieta esperanza dentro de una población que se ha quedado sin ídolos y sin líderes en quien confiar. Los dos son apóstoles del fenómeno ‘outsider’, son los ‘tapaditos’ tanto de la política como del fútbol, los que no estaban en los planes, los que amenazan con salvarnos de la triste rutina del desencanto.

Julio Guzmán es mucho más que un ‘outsider’ que ha querido galopar desde el último puesto para atropellar en los metros finales. Su presencia inesperada en estas elecciones 2016 también es la rebelde respuesta de una población cansada de los partidos políticos tradicionales. No importan las propuestas, ni las contradicciones en el discurso, mucho menos su equipo de trabajo, Guzmán es una novedad que se ha viralizado en las redes sociales con la misma velocidad de los goles de Gianluca Lapadula en la Segunda División italiana. Uno seduce en el Facebook, el otro hace guiños en YouTube.

¿Cuántos ‘guzmanlovers’ han leído su plan de gobierno? ¿Cuántos han visto un partido completo de Lapadula con el Pescara? Más que certezas, los dos son una moda. Mientras Guzmán gana 20% en las encuestas para las elecciones presidenciales 2016, Lapadula tuvo un 90% de aprobación en un sondeo publicado en la web de El Comercio. Con ambos no se cumplió ese viejo adagio que dice “más vale malo conocido que bueno por conocer”. Ante políticos corruptos y plagiadores, ante futbolistas perdedores e indisciplinados, Guzmán y Lapadula no necesitaron desnudar su hoja de vida para disfrutar del amor a primera vista.

En el Perú, el fútbol y la política deben ser dos de los fenómenos sociales que más pasiones generan. Guzmán no tiene votantes, tiene hinchas. El candidato de Todos por el Perú aparece como una necesaria opción ante partidos políticos famélicos que rezan para cruzar la valla electoral. Sin saber español, Gianluca Lapadula es la esperanza de gol en un país donde los clubes profesionales se han olvidado de formar jugadores. No tenemos canteras, buscamos a un italiano de madre peruana. No tenemos políticos decentes, buscamos a este economista con cara de “primero de la clase”. A Guzmán y Lapadula los hemos querido antes de conocerlos. Son dos productos de las redes sociales que, como toda conquista de Internet, podrían ser el amor de tu vida o aquel tropezón de verano que terminó rompiéndote el corazón.

Lea mañana en Posdata a -Josefina Barrón-

La mejor de proyectores más innovadora en el mundo

Proyectores Epson

experiencia al natural

Colores 3 veces más brillantes

**LÚMENES 3000 Luz Color 3000 Luz Blanca**

Experiencia al natural

**COMBO: Videoprojector + Ecran de Pared**

**Oferta S/ 1,990**

Normal: S/ 2,349

20 combos

**PowerLite® S18+**

Normal: S/ 2,090.00 - Cód. 95212.

+ Ecran ScreenRoll HD 16-9. Normal: S/ 259.00

- Resolución SVGA 800x600.
- Amplia conectividad: HDMI y USB.
- Lámpara de alto rendimiento: hasta 6,000 horas aprox.
- Ajuste vertical y horizontal.

**LÚMENES 3000 Luz Color 3000 Luz Blanca**

Experiencia al natural

**COMBO: Videoprojector + Ecran de Pared**

**Oferta S/ 2,390**

Normal: S/ 2,749

20 combos

**Videoprojector PowerLite® Home Cinema 730HD**

+ Ecran ScreenRoll HD 16-9. Normal: S/ 259.00

- Resolución WXGA 1280x800.
- Proyección HD - Alta definición. HDMI y USB.
- Ajuste vertical y horizontal.
- Normal: S/ 2,490.00 - Cód. 95709.

**EPSON**

EXCEED YOUR VISION

Ecran de pared Screen Roll HD 16-9. Normal: S/ 259.00 - Cód. 105282.

• SERVICIO TÉCNICO PROPIO • • www.hiraoka.com.pe •

Ofertas válidas hasta el 24 de febrero, 2016

**HIRAOKA**