

Negocios | 28 Nov 2011 - 10:23 pm

Se realizó el lunes en Bogotá la tercera versión del Chic Travel Market

Turismo de lujo o de gusto

Por: Redacción Negocios

Este tipo de turismo no es aquel por el que se paga más ni el que ofrece las cosas más modernas, sino el que puede cubrir las expectativas. Colombia es un destino por explotar.



Los expertos consideran que la infraestructura de turismo no requiere sofisticación, sino sencillez y complacer al pasajero. / Archivo particular

El negocio del turismo es el renglón de la economía más importante del mundo, ya que su PIB esta en el 10 %, incluso por encima del sector petrolero. Sin embargo, el negocio de los hoteles de lujo no es sólo cuestión de dinero, sino de gustos que se puedan satisfacer. Pagar una habitación de 500 dólares la noche es algo que no todo el mundo puede hacer, pero quien lo hace quiere obtener un servicio excepcional, ojalá único, porque el lujo, además del costo, es el placer de cumplir un deseo.

Y eso fue lo que vio José Koechlin Von Stein, durante la grabación de las películas Fitzcarraldo y Aguirre, la ira de Dios en las selvas peruanas: más tarde se convertiría en el líder del turismo auténtico, que finalmente pasaría a ser el de lujo.

Koechlin vio cosas únicas, que no se repetían en otros lugares en los que había estado, algo que podría ofrecer a subsectores que pagarían por ver mariposas y aves u observar helechos en medio de la nada. O mejor: donde hay de todo lo que no hay en la ciudad.

Fue así que construyó uno de sus hoteles, La Casona, a orillas del río Madre de Dios, a punta de hacha y de machete. “No hubo motosierras, tampoco capitales de grandes corporaciones hoteleras, sino un trabajo con amor por preservar lo que tienes y lo que vas a tener hacia el futuro... que es lo que finalmente te va a dar la posibilidad de cobrar por una experiencia única”, señaló. Lo mismo hizo con otras dos propiedades: Inkaterra en Machu Picchu y Reserva Amazónica, donde la habitación más barata puede partir de 500 dólares.

Y eso es lo que tiene que hacer Colombia: perder el miedo a mostrar que tiene nichos que se pueden convertir en turismo de lujo, explicó José Koechlin, y señaló que este país es uno de los que tienen mayor diversidad de aves, un tesoro que hay que cuidar y explotar, con el cual se genera empleo y un público turista, especialmente con alto ingreso, que es el que puede pagar este tipo de turismo.

El empresario estuvo como invitado en la tercera versión que se hace en Latinoamérica de la feria Chic Travel Market, que por primera vez se realiza en Bogotá. En ella participaron 38 empresarios de hoteles, concesionarios de autos, empresas fotográficas, representantes del Gobierno en tema turístico del Caribe y de la aviación internacional como IATA y Avianca-Taca, que por primera vez muestra a sus pasajeros su producto de negocios.

Para Juan Carlos Villate, de IATA, lo que un país requiere para desarrollar el turismo de lujo es una infraestructura que le permita al viajero encontrar, luego de una excelente experiencia en vuelo, un medio que le haga más fácil salir de los trámites de aduana, sin traumatismos.

Pero los expertos consideran que la infraestructura de turismo no requiere sofisticación, sino sencillez y complacer al pasajero. Por eso hay hoteles en el mundo donde el piso de la habitación es de arena, lo cual no impide que el lugar sea de lujo.

Colombia ya figura en la Guía de Condé Nast, una de las revistas de turismo con mayor propiedad en el tema.