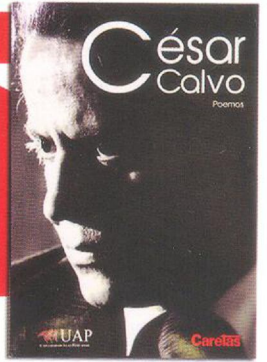


EDICIÓN DE COLECCIÓN

ILUSTRACIÓN PERUANA

# Careta



RUMBO AL BICENTENARIO

Regalo por Aniversario

31 de octubre de 2012 • Nº 2256  
• Precio: 15 soles • Foto: LUIS JULIÁN

# 62 Años



Dossier  
Fotográfico

# Turbia Turba

En La  
Parada



# TURISMO EN EL PERÚ

## RETO A LA PERUANA

♦ Joe Koechlin, presidente de la Sociedad de Hoteles del Perú, asegura que al turismo vacacional le hacen más daño los conflictos sociales internos que la crisis financiera europea y conmina a los peruanos a trabajar unidos para sacar adelante esta actividad fundamental.

**—¿De qué manera la crisis europea ha afectado la llegada de turistas al Perú?**

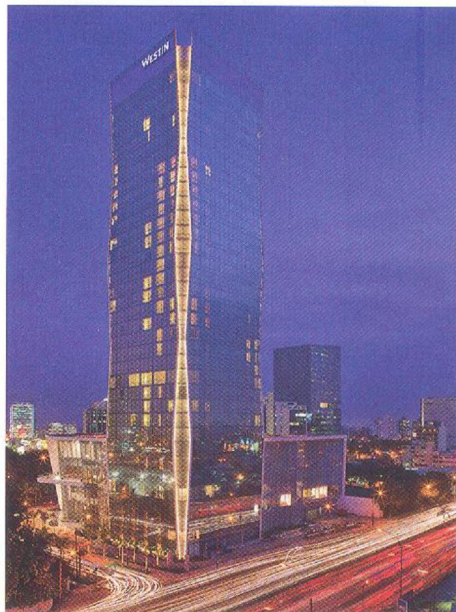
—La mayor afluencia de visitantes al Perú proviene del mercado corporativo o de negocios; un 70% corporativo y el 30% de turismo vacacional. Si visualizamos la crisis europea desde la perspectiva corporativa, debemos decir que, contrariamente a lo que se pudiera pensar, está en aumento lo que confirma la premisa “crisis para unos, beneficios para otros”. El Perú ha mantenido una economía estable durante varios años. Ha firmado Tratados de libre Comercio con varios países y aquí se han realizado importantes cumbres internacionales como el ALCUE, APEP, ASPA, gracias a las cuales han llegado empresarios que no hubieran venido al Perú de otro modo. Han descubierto el potencial que tiene el Perú para recibir inversiones, y actualmente nos llegan constantemente delegaciones de empresarios para analizar de cerca el mercado peruano que tiene de todo para todos los sectores.

**—Las crisis sociales internas también han afectado el turismo en ciudades importantes del país, ¿ya se tiene un cálculo de cómo han perjudicado el turismo estos conflictos?**

—El turismo es una actividad muy sensible y en la cual la mínima señal de inseguridad, hace que el destino caiga de inmediato. Nadie hace turismo en un país inseguro. Después de una catástrofe natural o de fuertes conflictos sociales, el destino tarda alrededor de dos años para recuperarse. Si a esto sumamos que el turismo en el Perú recién ha empezado un crecimiento sostenido, el impacto negativo es muy fuerte, al punto de hacernos retroceder por lo menos tres años: dos de recuperación y uno de promoción y venta de destino.



Joe Koechlin asegura que a la infraestructura hotelera se debe sumar mejoras en los servicios.



**—¿Qué medidas se están tomando para reducir el impacto de estos acontecimientos negativos?**

—Se está invirtiendo en publicidad para mostrar que el Perú es un destino seguro. En estos momentos se está lanzando la Marca País en el exterior y los nuevos spots de la campaña de Promperu muestran un país confiable, seguro, bello, atractivo y con excelente infraestructura hotelera.

**—¿Cómo van las cosas en lo que respecta a infraestructura hotelera? ¿Qué dicen las cifras?**

—Cada año se presentan nuevos proyectos hoteleros en todo el país e importantes marcas hoteleras muestran su deseo de ingresar al mercado peruano. El reto que tenemos es lograr acelerar los procesos para el otorgamiento de las licencias de construcción y funcionamiento, que pueden tardar actualmente hasta 2 años. El nuevo polo de interés en inversiones hoteleras es el norte del país, especialmente para el corporativo. Otro punto interesante en la hotelería peruana es que nuestros hoteles constantemente están apareciendo en las listas de los mejores hoteles del mundo, y esto causa mucho interés en los posibles inversionistas.

**—Sin embargo, el crecimiento del turismo no solo depende de la infraestructura hotelera, ¿qué otros aspectos se deben mejorar para hacer del turismo la gran actividad económica del país?**

—Es necesario crecer a nivel de infraestructura, aeropuertos más grandes, carreteras más seguras, conectividad aérea internacional y nacional, señalización, capacitación,



La riqueza natural es uno de los grandes atractivos turísticos peruanos.



El peor daño al turismo en el país lo estamos haciendo los propios peruanos. Conflictos sociales y trabas a la inversión perjudican mucho a la actividad.

- 1.- Casa Andina
- 2.- Casa Cartagena & Luxury properties
- 3.- Crowne
- 4.- Delfines Hotel & Casino
- 5.- El Pardo Doubletree by Hilton
- 6.- Hoteles Estelar
- 7.- Hilton
- 8.- Hoteles San agustin
- 9.- Ibis
- 10.- Inkaterra
- 11.- Libertador
- 12.- Los Portales
- 13.- Marriott
- 14.- Melia
- 15.- Novotel
- 16.- Orient Express Hotel, trains & Cruises
- 17.- Plaza del Bosque
- 18.- Royal Park
- 19.- Radisson
- 20.- Sheraton Lima Hotel & Convention Center
- 21.- Sol y Luna & Spa Lodge
- 22.- Sonesta Hotel Perú
- 23.- Thunderbird Hotel
- 24.- Universidad de Piura
- 25.- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC
- 26.- Universidad San Martin de Porres

concientización turística, y la gente debe entender que el turismo es la actividad económica más grande, sostenible e importante con la que contamos. Todo el país debe estar involucrado en mantener los atractivos turísticos e interiorizar que, además, es beneficioso para todos los sectores. Hay que apostar por el turismo de forma planificada y sostenida.

**—¿Qué acciones específicas ha tomado la Sociedad de Hoteles del Perú en esta misma línea?**

—En la Sociedad de Hoteles del Perú mantenemos una estrecha relación con el Mincetur. Hemos sostenido varias reuniones de trabajo con sus ejecutivos para resolver temas relacionados con la normatividad y las trabas burocráticas que se ponen a las nuevas cadenas que quieren entrar al mercado peruano. Con la Comisión de Turismo del Congreso de la República trabajamos coordinadamente para

buscar promulgar leyes que beneficien al sector. Por su parte, nos reunimos con los municipios para acelerar los procesos de otorgamiento de licencias de construcción y funcionamiento, planificación, zonificación para hoteles. También trabajamos con el Ministerio del Interior para mejorar la seguridad en la ruta del aeropuerto a los hoteles, carreteras, entre otras vías. Realizamos cursos de capacitación mensual. Mantenemos un Comité de Seguridad que coordina con las entidades policiales para ver lo concerniente a la seguridad del pasajero, dentro y fuera de los hoteles y organizamos actividades de promoción conjuntamente con Promperú y por el gremio. Mantenemos una fuerte presencia en los medios de prensa, informando de la problemática de nuestro sector y posibles soluciones. Pese a todo, hay mucho más trabajo por hacer en favor del turismo en el Perú. ■