

COSAS

PERSONALIDADES LIFESTYLE REALEZA CULTURA VIDA SOCIAL CASAS SUSCRIPCIONES



HOME / PERSONALIDADES



José Koechlin: “Es crucial una campaña fuerte que induzca a visitar el Perú.”

© Abril 17, 2020

La revista estadounidense *Travel + Leisure* (de American Express Group) premió en marzo a Inkaterra con el prestigioso Global Vision Award 2020. Sin duda, una razón para celebrar en medio del impensable contexto ocasionado por la pandemia del coronavirus y la cuarentena mundial. **José Koechlin, fundador y presidente de Inkaterra**, habla sobre los hoteles cerrados y los proyectos detenidos, el potencial del turismo interno, y la mejor manera de replantear un negocio que no puede dejar de moverse.

Por: Redacción COSAS

MÁS PERSONALIDADES



Marianella Ledesma: “Estamos regresando a situaciones bastante precarias como democracia”



Veinte años después de “Playboy”: el renacer de Darlene Bernaola



Rolando Arellano: “El Perú necesita gente preparada Para la nueva normalidad”



Ellen DeGeneres rompe el silencio sobre las quejas de sus empleados



Elton John celebra 30 años de sobriedad





Reserva Amazónica. Además de los hoteles, Inkaterra promueve proyectos de investigación y conservación desde 1978.

¿Cómo les ha afectado la pandemia mundial desde que se inició, a finales del año pasado?

A fines del 2019, cuando surgió la alerta del COVID-19 en Wuhan, era difícil prever su alcance real. **Hoy, tras las restricciones decretadas y el cierre de fronteras, sabemos que el sector servicios es el más afectado por esta situación.** Respaldamos las medidas que se han tomado, pues nuestro principal interés es la salud y la seguridad de nuestros viajeros y trabajadores. Pero todas las actividades relacionadas al turismo –hotelería, transportes, restaurantes, etc.– sobreviven con sus propios recursos, en un estado actual de congelamiento, de paralización total. **Con el cierre de aeropuertos, recibimos cero pasajeros. Y ello se traduce en cero ingresos.**

En ese sentido, ¿cómo se dibuja el resto del 2020?

El turismo interno podría reactivarse dentro de unos meses, pero el futuro es una incógnita. **¿Cuándo reabrirán los hoteles y los restaurantes para el público local? ¿Cuándo lo harán para el público extranjero?** Bajo estas circunstancias, es muy difícil prever el futuro: ¿Cuántos extranjeros se atreverán a viajar, y en qué condiciones? ¿Cuál será la nueva relación social que permitirá adecuarnos a las nuevas condiciones de traslado, a la convivencia entre las personas? **Aquello que se convertirá en lo normal permanece como una incógnita**, y aún no contamos con la capacidad de resolverla. Lo urgente para nuestro sector, en este momento, es que sobreviva.

¿Cuál es la situación actual de los hoteles y sus trabajadores?

Toda la familia Inkaterra se encuentra alineada con las medidas decretadas por el Gobierno del Perú. Sin embargo, permanecemos al servicio de nuestros clientes, sus *e-mails* y llamadas son atendidas como de costumbre. Nuestros profesionales siguen trabajando para apoyarlos en todo lo que necesiten.

¿Qué proyectos de Inkaterra se han visto en medio de la pandemia?

La renovada colección de *spas* de Inkaterra ya era un sueño cumplido al momento en que se presentó esta situación global. Hemos logrado uno de los principales atractivos para la propuesta de bienestar que ofrece nuestra marca. No obstante, ante la coyuntura **se ha paralizado los proyectos que se encontraban en desarrollo**: Inkaterra Machu Picchu Forest e Inkaterra Cabo Blanco.



Inkaterra Hacienda Urubamba, en el Valle Sagrado.

Replantear el negocio

¿Qué sucederá con las experiencias de lujo, que reciben principalmente turistas extranjeros?

En crisis anteriores, **el mercado de lujo fue uno de los primeros en ver una recuperación**. No obstante, vivimos una situación dramática e impredecible, donde muchas empresas podrían quebrar. No podemos imaginar cuándo el turismo receptivo irá a restablecerse. Quizá tome todo el año, y parte del próximo. Frente a ello, es crucial **una campaña fuerte que induzca a visitar el Perú**. No podemos dejar de lado una actividad tan importante como el turismo, que es el tercer generador de divisas. **Es momento para que el Perú apueste por estrategias de promoción innovadoras y por el desarrollo de diversos nichos de mercado**. Nuestra percepción internacional es muy alentadora: no solo por nuestra herencia cultural y riqueza natural, sino además porque nos hemos posicionado bien por los servicios que ofrecemos, por nuestra excelencia y vocación de entrega. Para ello, el Gobierno debe brindarle el mayor respaldo a Promperú.

¿Cómo replantear el negocio?

En mayor o menor medida, el COVID-19 nos ha permitido **replantear nuestra relación con la naturaleza**. Hoy, más que nunca, se confirma que el turismo no avanzará si no integra la conservación de sus recursos naturales y culturales al núcleo de su modelo de negocio. El turismo tiene la habilidad –el privilegio– de establecer tendencias; y esta es una oportunidad de **promover una cultura de sostenibilidad**. Hoy los viajeros a nivel mundial lo demandan, y prefieren experiencias de viaje en las que se pueda medir de manera fehaciente el compromiso de una marca con el medio ambiente.

¿Qué opinión le merece la propuesta integral de salvataje presentada por la Cámara Nacional de Turismo al gobierno?

El gobierno viene actuando con acierto y celeridad en su manejo interno, evaluando todos los factores en cada paso que ha de tomarse frente a esta situación desconocida para todo el mundo. Viene diseñando buenas estrategias para reactivar la economía de manera transversal. No obstante, **debe ponerse énfasis en el turismo, pues aún el apoyo no es suficiente**. Es necesario tener caja para mantener a la mayor cantidad de capital humano, y así respaldar a todos los peruanos que han sido capacitados en el sector turismo. Por otro lado, es necesario contar con facilidades brindadas por el Estado, para que las empresas puedan aplazar sus deberes tributarios. **Es también una oportunidad para formalizar al sector turismo**. Para la supervivencia del sector urge un nuevo contrato social y legal por parte del Estado, el cual permita que la actividad turística pueda ser más eficiente. **Estamos hablando de una nueva Ley de Turismo**.



La Casona, hotel boutique en Cusco. La mansión del siglo XVI fue restaurada por Inkaterra.

¿Cuál será el rol del turismo en el mundo post-pandemia?

Espero que, con las medidas que necesitamos, la industria de la hospitalidad se recupere. Sabemos lo esencial que es viajar. **El turismo es una fuente de inspiración para cada uno de nosotros, en cualquier parte del mundo**, pues los seres humanos necesitamos movernos, explorar, experimentar la diversidad que ofrece la naturaleza y la cultura. Viajar nos hace más sabios y más empáticos. Y nos permite sentirnos libres. Eventualmente, la amenaza del COVID-19 desaparecerá. Pero tu lista de viajes soñados seguirá ahí, esperando hacerse realidad. **¿Es posible imaginar un mundo en el que ya no se viaje más, por la pérdida de una industria que no fue apoyada por el Estado?**

ENTRADAS RELACIONADAS



El rey Felipe VI renuncia a la herencia de su padre y le retira asignación

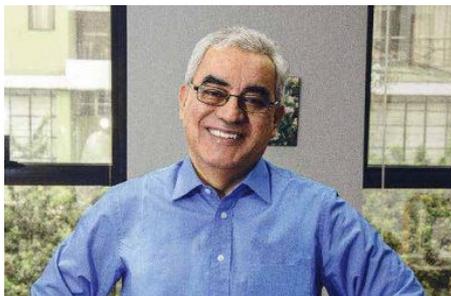
🕒 Marzo 16, 2020

Carlos Neuhaus: “Si todos hacen su ‘chamba’, la vacuna debería llegar [antes de fin de año]”

🕒 Julio 27, 2020

Robert De Niro, en crisis por el coronavirus, comparece ante los tribunales

🕒 Julio 10, 2020



Rolando Arellano: “El Perú necesita gente preparada Para la nueva normalidad”

🕒 Agosto 3, 2020

¡Boda real y en secreto!: La princesa Beatrice de York y Edoardo Mapelli se casaron

🕒 Julio 17, 2020



10 emprendimientos peruanos que nacieron durante la cuarentena

🕒 Julio 30, 2020

Paracas en peligro, advierte José Koechlin, CEO de Inkaterra

🕒 Julio 15, 2020

COSAS

© Todos los derechos reservados por Editorial Letras e Imágenes S.A.C.

Calle Alberto del Campo 411 - Piso 10, Magdalena del Mar, Lima, Perú | Teléfono: 972 735 063 | E-mail: contacto@cosas.pe |

cosas.pe