



CANATUR

CÁMARA NACIONAL DE TURISMO DEL PERÚ

CONTENIDOS

CANATUR realiza Foro Electoral 2026 (p. 02)

Unión de Gremios promueve el voto informado en foro presidencial (p. 03)

Lanzamiento Perú Travel Mart 2026 (pp. 04 - 06)

Coalición Turística consolida avances en turismo circular (pp. 07 - 08)

SAHIC 2026 reconoce a José Koechlin por su trayectoria en el sector (p. 09)

Nuestro nuevo asociado: Nassf Travel (pp. 10 - 11)

CANATUR

(511) 715 5983

comunicaciones@canaturperu.org

Avenida Paseo de la República 6348,

Miraflores - Lima



Perú Travel Mart 2026 incorpora nuevos mercados y amplía su alcance regional

La rueda de negocios se perfila como una edición clave para la promoción del país, al reunir a más de 190 compradores internacionales de más de 20 países y ampliar su alcance hacia nuevos mercados, consolidándose como el principal espacio de negocios del turismo peruano.

El evento se desarrollará del 14 al 16 de mayo en Lima y continuará con actividades en regiones, acercando la oferta turística a nuevos públicos y generando oportunidades para destinos y comunidades, con el respaldo del sector público y privado.

Sigue en p. 04

CANATUR REALIZA FORO ELECTORAL 2026 Y POSICIONA AL TURISMO EN LA AGENDA NACIONAL

La Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR) realizó el “Foro Electoral 2026: Turismo y Desarrollo Nacional”, un espacio que reunió a representantes de diversas agrupaciones políticas para exponer sus propuestas orientadas a fortalecer el sector como motor de desarrollo del país.



El evento se llevó a cabo el 03 de marzo en el Hotel Costa del Sol y congregó a actores del sector turismo, académicos, empresarios y medios de comunicación, generando un intercambio directo sobre los principales desafíos y oportunidades de la actividad turística en el Perú.

Durante la jornada participaron José Williams (Avanza País) y Roberto Chiabra (Unidad Nacional), así como Jaime Delgado (Ahora Nación) y Carlos Canales (Renovación Popular), quienes presentaron sus planteamientos en materia de seguridad, inversión, conectividad, promoción del destino y gestión de los principales atractivos turísticos.

Uno de los temas centrales fue la gestión integral de Machu Picchu, considerado el principal ícono turístico del país. En ese marco, se planteó la necesidad de fortalecer su administración bajo un enfoque sostenible que permita preservar el patrimonio y mejorar la experiencia de los visitantes.

En declaraciones a T News, el gerente general de CANATUR, Carlos Loayza, destacó que el foro permitió conocer propuestas concretas para el sector. Asimismo, el representante gremial subrayó la importancia de que el turismo deje de ser únicamente una declaración y se consolide como una verdadera política de Estado. “Tiene que ser política de Estado verdadera, no solamente en el papel, sino que ejecute oportunidades para el desarrollo de todos”.

Con esta iniciativa, CANATUR reafirma su compromiso de promover espacios de diálogo que contribuyan a posicionar al turismo como eje estratégico para la generación de empleo, la descentralización y el desarrollo sostenible del país.

UNIÓN DE GREMIOS ORGANIZA FORO PRESIDENCIAL PARA PROMOVER EL VOTO INFORMADO

La Unión de Gremios realizó el 17 de marzo el “Foro Candidatos a la Presidencia por un voto informado”, un espacio de diálogo en el que aspirantes a la Jefatura del Estado expusieron sus propuestas frente a los principales desafíos del país, en el marco de las Elecciones Generales 2026.



El evento se llevó a cabo en la sede de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y fue organizado junto a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y el Grupo El Comercio. La jornada se desarrolló en dos bloques horarios (mañana y tarde), con presentaciones individuales de 20 minutos por candidato.

Durante el foro, los participantes abordaron dos ejes centrales: el desarrollo productivo, la generación de empleo y la formalización; así como temas vinculados a salud, seguridad ciudadana, educación y promoción de la juventud.

En el primer bloque participaron Keiko Fujimori, Alfonso López Chau, Enrique Valderrama, Rafael Belaunde, Ronald Atencio, Fiorella Molinelli y Carlos Espá. En el segundo bloque intervinieron José Williams, Herbert Caller, Mesías Guevara, Alex Gonzales, Álvaro Paz de la Barra, Armando Massé y Yonhy Lescano.

Posteriormente, en el tercer bloque expusieron César Acuña, Marisol Pérez-Tello, Roberto Sánchez, José Luna, Carlos Jaico y Francisco Diez-Canseco; mientras que en el cuarto bloque participaron Fernando Olivera, Jorge Nieto, Wolfgang Grozo, Carlos Álvarez y Rafael López Aliaga.

Las incidencias del foro fueron transmitidas a través de las plataformas digitales de la SNI y el Grupo El Comercio, así como por Canal N y América TV. **Con esta iniciativa, la Unión de Gremios reafirmó su compromiso con el fortalecimiento de la institucionalidad democrática y la promoción de un voto informado.**

PERÚ TRAVEL MART 2026 INCORPORA NUEVOS MERCADOS Y AMPLÍA SU ALCANCE REGIONAL

El Perú Travel Mart 2026 se perfila como una de las ediciones más ambiciosas de esta rueda de negocios, al convocar a más de 190 compradores internacionales de más de 20 países y reforzar su papel como la principal plataforma de comercialización turística del país.



El anuncio se realizó durante la conferencia de prensa de lanzamiento del evento, llevada a cabo el 11 de marzo y organizada por la Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR) y PROMPERÚ. En este espacio se presentaron las principales novedades de la próxima edición, así como las expectativas del sector.

El evento central se desarrollará del 14 al 16 de mayo en el Sheraton Lima Historic Center, donde operadores turísticos nacionales sostendrán reuniones de negocio con compradores internacionales interesados en los diversos destinos del país, generando oportunidades comerciales y fortaleciendo la presencia del Perú en el mercado internacional.

Entre las novedades, destaca la incorporación de Australia como nuevo mercado estratégico, lo que permitirá diversificar los mercados emisores y reforzar el posicionamiento del Perú como un destino que integra naturaleza, cultura, aventura y sostenibilidad. Asimismo, se suman nuevos destinos como Ayacucho, Cajamarca e Ica, que se integran a Amazonas (a través de Mundo Chachapoyas) y Cusco, ampliando el alcance regional del evento.

Como parte de la estrategia de descentralización, del 17 al 20 de mayo se desarrollarán actividades en regiones, incluyendo una rueda de negocios en Chachapoyas y viajes de familiarización en Ayacucho, Cajamarca, Cusco e Ica, con la participación de más de 60 compradores internacionales, lo que permitirá mostrar la diversidad de destinos y generar nuevas oportunidades para el sector.

PERÚ TRAVEL MART 2026 PROYECTA UNA EDICIÓN HISTÓRICA PARA EL TURISMO PERUANO

La presidenta del Perú Travel Mart 2026 y vicepresidenta de la Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR), Maritza Montero, destacó que la próxima edición del evento proyecta la mayor participación de su historia, tanto de vendedores nacionales como de compradores internacionales.



En el marco de la conferencia de prensa, Montero destacó el rol del evento como articulador clave de la actividad turística. “Es la principal plataforma de encuentros comerciales del turismo peruano, donde operadores nacionales conectan con compradores internacionales para generar oportunidades reales de negocios y posicionar al Perú en los mercados más importantes del mundo”.

En ese contexto, subrayó que esta evolución responde a una tendencia positiva en la demanda internacional. **“A la fecha estamos superando los números del año pasado (...) lo que refleja el creciente interés del mercado global por el destino Perú”,** destacando el posicionamiento del país como una oferta diversa y competitiva.

Además, remarcó que **uno de los enfoques centrales de esta edición es acercar la oferta turística a nuevas regiones,** promoviendo experiencias que reflejen la diversidad cultural, natural y gastronómica del país, y contribuyan a dinamizar las economías locales.

Finalmente, enfatizó la importancia del trabajo conjunto para sostener este crecimiento: **“Hoy más que nunca necesitamos trabajar de manera articulada entre el sector público y privado, porque el turismo es una industria que conecta culturas, genera empleo y contribuye directamente al desarrollo del país”.**



MINCETUR Y PROMPERÚ RESPALDAN EL PERÚ TRAVEL MART COMO VITRINA DEL TURISMO PERUANO

El lanzamiento del Perú Travel Mart 2026 contó con el respaldo del sector público, que destacó el rol estratégico de este encuentro para impulsar la promoción del país y fortalecer su posicionamiento en los mercados internacionales.



El presidente ejecutivo de PROMPERÚ, Ricardo Limo, puso énfasis en el impacto comercial del encuentro. “Nos complace acompañar este lanzamiento que marca el inicio de una nueva edición del Perú Travel Mart. Una plataforma comercial clave para fortalecer el posicionamiento y la presencia del Perú en los canales comerciales internacionales”, afirmó.

Asimismo, señaló que **la participación de la entidad busca acercar la oferta turística nacional a operadores internacionales interesados en incorporar propuestas diferenciadas del país en sus portafolios**, en articulación con el sector privado.

Por su parte, la viceministra de Turismo, Nancy Laca, resaltó el alcance institucional del evento dentro de la estrategia sectorial. “Es un espacio de articulación, no solamente comercial, sino también de promoción de nuestro país”, sostuvo durante su intervención.

Más adelante, remarcó el impacto que estas acciones pueden tener en los territorios y en los actores locales vinculados a la actividad turística. “Estas actividades no solamente nos van a permitir visibilizar nuestras nuevas experiencias, sino también generar oportunidades concretas para las poblaciones, para las comunidades y los emprendimientos turísticos locales”, indicó.

De esta manera, ambas autoridades reafirmaron el respaldo del sector público al Perú Travel Mart como una plataforma clave para posicionar al país, ampliar oportunidades de comercialización y fortalecer el trabajo conjunto con el sector privado.

COALICIÓN TURÍSTICA AVANZA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE TURISMO CIRCULAR EN EL PERÚ

El 18 de marzo de 2026 se realizó la segunda sesión de la Coalición Turística por una Economía Circular, Inclusiva y Climáticamente Inteligente, en las instalaciones de CENFOTUR, fortaleciendo un espacio de articulación público-privada orientado a transformar el modelo de desarrollo turístico en el país.



En esta sesión se oficializó la incorporación de nuevos aliados estratégicos, entre ellos la Fundación Suiza para la Cooperación Técnica – Swisscontact, la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental y la Universidad San Ignacio de Loyola, quienes aportarán capacidades técnicas en gestión de destinos, sostenibilidad, gobernanza ambiental e investigación aplicada.

Durante la jornada, se presentaron los avances de la Coalición, destacando cuatro grupos de trabajo: Investigación y generación de conocimiento, Foro internacional y eventos, Fortalecimiento de capacidades y Gestión de destinos y políticas, los cuales orientarán la agenda técnica priorizada para el 2026. En particular, el grupo de investigación inició la definición de líneas prioritarias relacionadas con medición de impactos, gobernanza, innovación y regeneración territorial.



En cuanto a los avances en destinos turísticos, en el Alto – Cabo Blanco (Piura) se inició la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local, con enfoque de economía circular, junto con, el levantamiento de la línea base de emisiones y la articulación estratégica de actores locales. Asimismo, se viene desarrollando un manual práctico de sistemas de Fitodepuración orientado a mejorar la gestión sostenible de aguas residuales en mypes turísticos.

COALICIÓN TURÍSTICA AVANZA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE TURISMO CIRCULAR EN EL PERÚ

La Coalición también anunció el desarrollo de instrumentos clave para su consolidación, incluyendo el fortalecimiento de su gobernanza, el diseño de una estrategia de comunicación, el fortalecimiento de capacidades en destinos priorizados y la ejecución de acciones piloto en dichos destinos.



Con estos avances, la Coalición reafirma su rol como espacio de articulación para impulsar un modelo de desarrollo turístico más competitivo, sostenible, resiliente y bajo en emisiones, promoviendo beneficios económicos, sociales y ambientales en los territorios.

El proyecto Turismo Circular Perú es ejecutado por la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), con el financiamiento de la Unión Europea (UE), a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Embajada de España en el Perú.



JOSÉ KOECHLIN ES RECONOCIDO POR SU TRAYECTORIA EN LOS SAHIC AWARDS 2026

José Koechlin von Stein, presidente de la Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR), fue reconocido por su trayectoria en los SAHIC Awards 2026, uno de los principales encuentros de inversión hotelera y turística de la región.



La distinción, en la categoría Lifetime Recognition, fue otorgada durante la 20ª edición del evento, realizada el 23 y 24 de marzo en el Fairmont Rio de Janeiro Copacabana, en Río de Janeiro.

El reconocimiento destaca su liderazgo y aporte al desarrollo del turismo sostenible en América Latina, así como su visión para integrar la hotelería de alta gama con la conservación ambiental y el impacto positivo en las comunidades.

Como fundador de Inkaterra, Koechlin ha impulsado un modelo de turismo basado en sostenibilidad y experiencias de alto valor. Entre sus principales logros figura Inkaterra La Casona, considerado entre los mejores hoteles de Sudamérica por Condé Nast Traveller.

A lo largo de su trayectoria, también ha recibido reconocimientos internacionales de Travel + Leisure y ha sido premiado en anteriores ediciones de SAHIC, consolidando su influencia en el desarrollo turístico de la región.

Este reconocimiento pone en valor una trayectoria que ha demostrado que la inversión, la conservación y el desarrollo de destinos pueden avanzar de manera conjunta, contribuyendo a posicionar al Perú y a América Latina en el mapa global del turismo sostenible.



NUESTRO NUEVO ASOCIADO: NASSF TRAVEL

Conversamos con Liccet Suárez, fundadora y gerente general de Nassf Travel. A través de su modelo de negocio, la organización promueve experiencias responsables —desde viajes personalizados hasta congresos y convenciones con buenas prácticas— que contribuyen al desarrollo de comunidades y al cuidado de la naturaleza, consolidándose como un referente en turismo con propósito en el Perú.



LICCET SUÁREZ
FUNDADORA NASSF TRAVEL

¿Cómo empezó Nassf Travel?

Nassf fue fundada el 17 de diciembre del 2012 como una consultoría en sostenibilidad, basada en dos investigaciones científicas. Su razón social es Naturaleza Sostenible Sin Fronteras, y en el 2017 decidimos convertirla en una agencia de turismo receptivo.

Actualmente tenemos tres unidades de negocio: una DMC, enfocada en turismo receptivo, el segmento MICE y nuestra consultoría en sostenibilidad. Contamos con la certificación B-Corp desde el año 2019 y nos vamos por la tercera. También hemos sido ganadores de Turismo Emprende, reconocidos por premios verdes en Latinoamérica y año a año presentamos nuestro reporte de sostenibilidad.

¿Qué los diferencia frente a otras agencias de viajes?

Tenemos una filosofía y metodología bien marcadas, alineadas a cuatro Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que medimos año a año. El propósito es generar comercio justo con las comunidades, entendiendo que la única forma de crecer es cuidando la naturaleza y trabajando con quienes protegen estos espacios.

Para ello hemos creado Nassfstore, una plataforma donde las emprendedoras pueden comercializar sus productos y visibilizar su historia. A través de nuestros viajes, los turistas pueden conocer estas comunidades o acceder a sus productos, generando más oportunidades dentro de un modelo sostenible.



¿Cómo reflejan este enfoque en los viajes y experiencias que ofrecen?

Tenemos procesos y políticas bien establecidas para nuestros guías, transportistas y todo el equipo, donde está claro cómo deben actuar en temas de higiene, cuidado de la naturaleza y el mensaje que transmiten al viajero. Esto no solo aplica a nuestro equipo, sino también a nuestros proveedores y aliados, que deben ir acorde a nuestra filosofía de generar desarrollo comunitario.

NUESTRO NUEVO ASOCIADO: NASSF TRAVEL

¿Qué tipo de viajero conecta más con su propuesta?

Entendimos que teníamos que educar a nuestro viajero, porque tenemos políticas claras en sostenibilidad. Al inicio solo vendíamos turismo rural comunitario, pero con la pandemia aberturamos nuestras unidades de negocio y hoy ofrecemos tanto programas convencionales como experiencias sostenibles. En ambos casos, el viajero puede elegir, pero su compra tiene un propósito socioambiental, ya que entre el 5% y el 10% se destina a proyectos. Nos dirigimos principalmente a mercados europeos y norteamericanos, aunque también estamos empezando a trabajar el latino.

¿Cuál es el mayor reto de hacer turismo con propósito?

Es importante que todo el equipo tenga claro hacia dónde quiere llegar la empresa. Si desde la cabeza no se toma la decisión de contribuir con las comunidades y el cuidado de la naturaleza, es difícil avanzar. La sostenibilidad es una mejora continua.



“”

“Venimos de una pandemia que ha sido muy dura para el turismo y, aunque poco a poco estamos mejorando, todavía falta mucho por hacer. La única forma de crecer es a través de alianzas. No debemos vernos como competencia, sino como un equipo que representa al país.”

¿Qué los motivó a integrarse a CANATUR?

CANATUR es un ente muy importante con trayectoria, que ha logrado impulsar iniciativas a favor del desarrollo del turismo. Para nosotros es un buen aliado, porque no solo queremos vender, sino también contribuir al crecimiento del sector, especialmente en sostenibilidad.

¿Qué objetivos tienen ahora que forman parte de la red de CANATUR?

Generar alianzas estratégicas, presentarnos como una empresa responsable en cuanto a lo social y lo ambiental, y contribuir con nuestra especialización en sostenibilidad.

¿Qué mensaje le darías a quienes aún no incorporan la sostenibilidad en su negocio?

El turismo sostenible es responsabilidad de todos. Si queremos que el sector crezca, es necesario apostar por una sostenibilidad inclusiva que genere comercio justo y proteja la naturaleza. Es un proceso de mejora continua que se construye con alianzas. No se logra de la noche a la mañana, pero se puede empezar poco a poco. Nosotros iniciamos con un solo ODS y hoy trabajamos con cuatro, alineados a nuestros planes y reportes. Al final, es una decisión.

