CANATUR
CÁMARA NACIONAL DE TURISMO DEL PERÚ

CONTENIDOS

Capacitación vendedores Perú Travel Mart 2026 (p. 02)

San Martín presenta su oferta sostenible en congreso nacional (p. 03)

Adrenarena se prepara para su primer Perú Travel Mart (pp. 04 - 05)

Nuestros nuevos asociados: Cabañas de Antica y Antica Pizzeria (pp. 06 - 08)

Turismo Circular Perú lanza guía para impulsar la acción climática (p. 09)

CANATUR

(511) 715 5983

comunicaciones@canaturperu.org

Avenida Paseo de la República 6348,

Miraflores - Lima

Perú Travel Mart 2026 continúa sumando expectativa en el sector

A días de la inauguración, el Perú Travel Mart 2026 continúa consolidándose como la principal rueda de negocios turísticos del país. Una de las empresas que participará por primera vez es Adrenarena, firma especializada en experiencias en el desierto peruano, con una propuesta enfocada en servicios personalizados, exclusivos y en contacto con la naturaleza.

En conversación con CANATUR, Mario Vera Corrales, gerente de la empresa, destacó el interés de presentar su oferta ante compradores internacionales y generar nuevas alianzas. La empresa buscará posicionar propuestas vinculadas a aventura, bienestar, glamping y eventos especiales desarrollados en su circuito privado en Paracas.

Sigue en p. 04

CANATUR FORTALECE PREPARACIÓN DE VENDEDORES DEL PERÚ TRAVEL MART 2026 CON CAPACITACIÓN SOBRE IA

En el marco de la preparación para el Perú Travel Mart 2026, el pasado 16 de abril se llevó a cabo la capacitación virtual "La IA y cómo aplicarla al PTM 2026", dirigida a vendedores y representantes del sector turismo que participarán en esta importante rueda de negocios.

La sesión reunió a cerca de 50 especialistas vinculados a agencias de viajes, hoteles y restaurantes, y tuvo como objetivo fortalecer las capacidades de los participantes para optimizar su desempeño antes, durante y después del evento.

La jornada fue inaugurada por Maritza Montero, presidenta del Perú Travel Mart 2026 y vicepresidenta de CANATUR PERÚ, quien destacó la importancia de aprovechar este espacio de articulación comercial y preparación estratégica para potenciar los resultados del encuentro.

La capacitación estuvo a cargo del especialista Waldin Durán, quien abordó el uso de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a distintas etapas del proceso comercial, desde la investigación de compradores hasta el seguimiento posterior a las reuniones de negocio.

En la sesión se presentaron plataformas como ChatGPT, Gemini, Claude y NotebookLM, orientadas a optimizar la elaboración de propuestas, la organización de información y el seguimiento comercial. En ese contexto, **Durán subrayó que "la IA es su copiloto, mas no un sustituto", remarcando que el análisis y la toma de decisiones continúan siendo responsabilidad de los profesionales.**

Asimismo, destacó la importancia de la preparación para alcanzar resultados concretos durante el Perú Travel Mart 2026. "El éxito depende tanto de la feria como de ustedes", señaló, en referencia al rol activo que deben asumir los participantes para aprovechar las oportunidades de negocio.

Finalmente, se resaltó que el uso estratégico de estas tecnologías permite fortalecer la competitividad y eficiencia de los vendedores en un entorno cada vez más dinámico y exigente como el turismo internacional.

SAN MARTÍN IMPULSA SU OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE EN CONGRESO NACIONAL

El proyecto "San Martín: Impulsando el turismo sostenible" participó activamente en el II Congreso Peruano de Turismo, realizado el pasado 23 de abril y organizado por la Cámara de Comercio, Producción y Turismo de San Martín, fortaleciendo la promoción de los destinos turísticos de la región ante operadores y compradores nacionales.

La iniciativa es liderada por la Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR PERÚ), con el apoyo de CARETUR San Martín, y es impulsada por el Programa SeCompetitivo, que cuenta con el respaldo de Suiza a través de su Cooperación Económica y es implementado por Helvetas Perú.

Como parte de las actividades del congreso, **el proyecto facilitó la participación de emprendedores, asociaciones y empresas turísticas beneficiarias en el Workshop de Agencias de Viajes y Servicios Turísticos,** un espacio orientado a generar articulación comercial y oportunidades de negocio.

Durante la rueda de negocios, los participantes presentaron productos y experiencias vinculadas a naturaleza, bienestar y aventura, destacando la biodiversidad y autenticidad cultural de destinos como Tarapoto, Alto Mayo y Abiseo, bajo un enfoque alineado a las nuevas tendencias del turismo sostenible.

El workshop contó con la participación de importantes compradores del mercado nacional e internacional, entre ellos Viajes El Corte Inglés y Continental Travels, permitiendo generar contactos estratégicos y fortalecer el posicionamiento de la oferta turística de San Martín en mercados emisores.

Con esta participación, el proyecto reafirma su compromiso de fortalecer las capacidades comerciales de los actores turísticos locales y promover un modelo de desarrollo turístico sostenible, generando beneficios económicos, sociales y ambientales para las comunidades de la región.

ADRENARENA APUESTA POR EL TURISMO EXPERIENCIAL EN SU PRIMER PERÚ TRAVEL MART

Con más de 30 años desarrollando experiencias en el desierto peruano, Adrenarena participará por primera vez en el Perú Travel Mart con una propuesta enfocada en el turismo personalizado, exclusivo y conectado con la naturaleza. Conversamos con su gerente Mario Vera, para conocer sus expectativas y las experiencias que buscarán presentar ante compradores internacionales.

MARIO VERA
GERENTE ADRENARENA

Para quienes aún no los conocen, ¿cómo describirían su propuesta de experiencias en el desierto peruano?

Somos una empresa con 31 años de trayectoria desarrollando experiencias en el desierto peruano. Actualmente operamos en un circuito privado de más de 1,500 hectáreas en Paracas, un espacio exclusivo para nuestros pasajeros, donde desarrollamos experiencias vinculadas a naturaleza, aventura, bienestar y eventos especiales. Además, este mismo desierto ha sido escenario de eventos internacionales como el Rally Dakar, lo que demuestra la magnitud y versatilidad del espacio.

¿Qué los diferencia dentro de la oferta turística en Paracas e Ica?

El control total de la experiencia a través de nuestro desierto privado. Esto nos permite ofrecer un servicio altamente personalizado, seguro y flexible, adaptado al cliente. Buscamos que cada visitante viva el desierto de una forma distinta, ya sea en experiencias íntimas, viajes a medida o eventos de gran escala. Todo se desarrolla en un entorno exclusivo que garantiza privacidad y calidad.

Participarán por primera vez en el Perú Travel Mart. ¿Qué los motivó a sumarse?

La posibilidad de conectar con operadores y compradores internacionales interesados en experiencias diferenciadas y alineadas con las nuevas tendencias del turismo. Sentimos que nuestra propuesta encaja muy bien con esa demanda.

Consideramos que el Perú Travel Mart es la plataforma más importante del sector turístico en el país y representa una gran oportunidad para empresas que buscan internacionalizar su propuesta.

ADRENARENA APUESTA POR EL TURISMO EXPERIENCIAL EN SU PRIMER PERÚ TRAVEL MART

¿Qué expectativas tienen de su participación en el evento, especialmente en el contacto con compradores internacionales?

Tenemos grandes expectativas por el perfil y la calidad de los compradores que participarán en esta edición. Desde que nos inscribimos hemos podido ver el alcance e importancia del evento, y creemos que será una oportunidad clave para expandir nuestros servicios y generar alianzas estratégicas sostenibles en el tiempo. Estamos muy entusiasmados porque identificamos una afinidad muy clara entre lo que buscan los compradores internacionales —experiencias auténticas, privadas y personalizadas— y lo que nosotros ofrecemos.

¿Qué tipo de experiencias buscan presentar durante el Perú Travel Mart?

Nuestra propuesta está orientada principalmente al segmento de alta gama, viajeros que buscan experiencias exclusivas, privadas y diseñadas a medida. Presentaremos programas versátiles que van desde escapadas para parejas, lunas de miel y viajes de bienestar, hasta actividades para grupos, incentivos y eventos corporativos o sociales.

¿Qué perfil de viajero están buscando atraer con su propuesta?

Nos dirigimos a un viajero que valora la autenticidad, la privacidad y la personalización. Buscamos conectar con personas que desean algo más que un recorrido tradicional y prefieren experiencias diseñadas a medida, en contacto directo con la naturaleza. Es una propuesta que puede adaptarse tanto a parejas y familias como a grupos o eventos especiales.

¿Qué tendencias vienen observando en el turismo de experiencias o de aventura en el Perú?

El turismo actual se orienta cada vez más hacia el bienestar, la desconexión y las experiencias personalizadas en espacios naturales. Hoy el viajero prioriza la privacidad, el confort y la posibilidad de reconectar con el entorno. En ese contexto, el desierto ofrece una experiencia sensorial única.

Además, existe una creciente demanda por propuestas a medida, desde escapadas privadas hasta bodas, incentivos, festivales o eventos especiales. Más que ofrecer una actividad, buscamos brindar una forma distinta de vivir el desierto: personalizada y profundamente conectada con la naturaleza.

NUEVO ASOCIADO: ANTICA PIZZERIA

Con más de dos décadas de trayectoria, Antica Pizzería busca mantener una propuesta que combina tradición italiana, sabor peruano y un ambiente familiar. En conversación con CANATUR, representantes del restaurante destacaron la importancia de seguir fortaleciendo el turismo gastronómico y acercar su propuesta a más visitantes extranjeros.

Para quienes no conocen Antica Pizzeria ¿cómo se presentarían?

Antica Pizzería es un espacio donde se mezcla la tradición italiana con el calor peruano. Nos especializamos en pizzas, pastas, clásicos de la comida italiana, pero también incorporamos ese toque peruano en algunos platos.

¿Cómo han logrado mantenerse vigentes a lo largo del tiempo?

Tratamos de que todo funcione con orden y, sobre todo, mantener el cariño con el que recibimos a nuestros clientes desde que llegan. Para nosotros, Antica es como una casa y queremos transmitir ese calor de familia en la atención, el servicio y la comida.

¿Qué creen que valoran hoy los clientes cuando visitan un restaurante como Antica?

La comida, el servicio y el ambiente. Antica ha acompañado muchos momentos importantes de las personas: aniversarios, cumpleaños, pedidas de mano, reuniones familiares y hasta bautizos. Tenemos clientes que vuelven después de muchos años y nos cuentan que aquí se conocieron o celebraron momentos especiales. Eso demuestra el vínculo familiar y cercano que buscamos mantener con quienes nos visitan.

¿Qué tipo de experiencia buscan ofrecer más allá de la propuesta gastronómica?

Buscamos que Antica sea un espacio familiar y de celebración. Además de reuniones y aniversarios, realizamos actividades para niños donde ellos mismos pueden preparar sus propias pizzas y vivir la experiencia de convertirse en chefs por un día. (...) Son actividades que las familias valoran bastante y que forman parte de la tradición que queremos mantener en el restaurante.

¿Qué los motivó a integrarse a Canatur como asociados? ¿Qué objetivos tienen?

Formar parte de CANATUR nos permite hacer networking, llegar a más personas y participar en más eventos vinculados al sector. Por ejemplo, este año vamos a participar en Marca Perú como hotel y también nos gustaría estar en espacios como Perú Mucho Gusto. Asimismo, seguimos llevando nuestra propuesta a eventos privados, donde preparamos pizzas en vivo manteniendo el mismo sabor y experiencia del restaurante.

NUEVO ASOCIADO: LAS CABAÑAS DE ANTICA

Con una propuesta enfocada en la tranquilidad, el confort y la conexión con el entorno natural, Las Cabañas de Antica busca consolidarse como una alternativa para quienes visitan las playas del norte del país. En conversación con CANATUR, Rosario Coronel, administradora del hotel, destacó la importancia de fortalecer la visibilidad turística de Vichayito y seguir impulsando el turismo en la región.

ROSARIO CORONEL
ADMINISTRADORA

¿Cómo describirían su propuesta de alojamiento en Vichayito?

Las Cabañas de Antica es un hotel con una temática rústica y elegante,dirigido tanto a familias como a parejas y grupos de amigos que buscan tranquilidad y contacto con la naturaleza. La propuesta se centra en ofrecer un ambiente de descanso frente al mar, en un entorno característico de las playas del norte del Perú.

¿Cuáles son sus principales fortalezas?

el hotel cuenta con todos los servicios dentro de un mismo espacio. Además del alojamiento, tienen restaurante, gimnasio, sauna y distintas actividades recreativas, lo que permite que el huésped no tenga la necesidad de salir a buscar otras opciones. El restaurante empezó inicialmente como parte de la cadena Antica Pizzería, pero con el tiempo ampliamos la carta e incorporamos platos marinos. Muchos clientes nos comentan que valoran justamente eso: encontrar todo dentro del hotel y disfrutar su estadía con tranquilidad.

¿Qué experiencia buscan ofrecer a sus huéspedes?

Algo que siempre rescatan los clientes es la tranquilidad que encuentran aquí, desde la música que ambienta la zona de piscina y playa hasta el entorno natural frente al mar. (...) Recibimos familias, parejas y también grupos de amigos. Tenemos bungalows amplios y actividades como paddle, kayak, tenis y paddle surf, pero la idea principal siempre es que el huésped pueda relajarse, desconectarse de la ciudad y disfrutar del ambiente de playa.

NUEVO ASOCIADO: LAS CABAÑAS DE ANTICA

¿Qué les motivó a integrarse a Canatur?

Canatur es una entidad que nos provee de visibilidad dentro del gremio turístico y hotelero. Nos da visibilidad para diferentes ferias, eventos y también para acceder a información importante para el sector (...) No somos una cadena, somos un hotel que pertenece a una cadena de restaurantes. Para nosotros es importante generar una red de contacto, poder conocer líderes del rubro.

¿Qué expectativas tienen para el desarrollo del turismo en el norte del Perú?

Tanto Máncora como Vichayito son destinos bastante conocidos, pero falta potenciarlos. En una feria en Argentina, por ejemplo, nos dimos cuenta de que muchos no conocen las playas del norte peruano e incluso piensan que el mar aquí es helado, entonces sí sentimos que falta mucha más visibilidad turística para esta zona.

¿Cuáles son los principales retos para los hoteles en destinos de playa como Vichayito?

El personal. Fechas como verano, Semana Santa, Fiestas Patrias... La demanda es mayor y cuesta conseguir personal para esas temporadas. Mucho más complicado es mantenerlos el resto del año, en temporada baja, y eso termina afectando el estándar de servicio. Pero cuando uno ya tiene tiempo en el sector, más o menos va calculando cómo conseguir lo que necesita para esas fechas.

¿Qué tendencias vienen observando en el perfil del turista que visita este tipo de destinos?

Este año estamos viendo una recuperación distinta a la de años anteriores, con una mayor llegada de turistas extranjeros.

También ha cambiado mucho lo que busca el cliente. Hoy las personas quieren sentirse seguras, tranquilas y conectadas con la naturaleza. Eso es justamente lo que encuentran aquí: desconectarse de la ciudad, del tráfico y del ritmo diario, algo que los huéspedes valoran muchísimo cuando termina su estadía.

TURISMO CIRCULAR PERÚ PRESENTA GUÍA PARA IMPULSAR LA ACCIÓN CLIMÁTICA EN EL SECTOR

En el marco del II Congreso de Turismo Sostenible realizado en Tarapoto, se presentó oficialmente la "Guía de Acción Climática y Circularidad para Empresas y Destinos Turísticos del Perú", una herramienta orientada a impulsar un modelo de turismo más responsable, competitivo y con menor huella de carbono.

La guía fue desarrollada en el marco del proyecto Turismo Circular Perú, ejecutado por CANATUR, con financiamiento de la Unión Europea, a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Embajada de España en el Perú, en articulación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y el Ministerio del Ambiente (MINAM).

El documento propone una hoja de ruta práctica para que empresas y destinos turísticos puedan medir y gestionar sus emisiones, identificar oportunidades de mejora e incorporar principios de economía circular en sus operaciones, alineándose con estándares y compromisos internacionales vinculados a la sostenibilidad y la acción climática.

Durante la presentación, el presidente de CANATUR, José Koechlin, destacó la importancia de avanzar hacia un modelo turístico donde la sostenibilidad forme parte de la operación diaria del sector. "Estamos impulsando una evolución del turismo peruano hacia un modelo donde la sostenibilidad deje de ser un valor agregado y pase a ser un estándar operativo", expresó.

Asimismo, la guía plantea un enfoque integral basado en tres niveles (destino, negocio e individual) con el objetivo de articular políticas públicas, gestión empresarial y participación de los visitantes en la transformación sostenible del turismo.

La implementación de esta herramienta permitirá fortalecer la competitividad del sector, mejorar la eficiencia operativa y facilitar el acceso a financiamiento verde, contribuyendo al posicionamiento del Perú como un destino alineado con las nuevas demandas del mercado internacional.