



UNIVERSIDAD  
RICARDO PALMA

Escuela de Turismo, Hotelería y  
Gastronomía



**CANATUR**

CAMARA NACIONAL DE TURISMO DEL PERU

Acreditada internacionalmente por



Instituto Internacional para el  
Aseguramiento de la Calidad

*En conmemoración del 50 aniversario de creación  
de CANATUR  
Foro Académico*

**El nuevo perfil de la carrera del turismo y hotelería del  
Perú rumbo al futuro**

**CONTENIDO**

- I. Tendencias del contexto internacional que condiciona el currículo .....2
- II. Algunos perfiles para el futuro. Las competencias .....7
- III. ¿Qué acciones debemos de tomar para reconstruir el sector desde el foro académico? .....9





## **I. Tendencias del contexto internacional que condiciona el currículo**

El mundo de hoy y su futuro se enrumban para sostener el crecimiento que aminora las brechas urgentes actualmente existentes entre sus habitantes, es decir, el cambio climático, desigualdad, pandemia, producir más, pobreza y el hambre, educación, y, por consiguiente, alcanzar en el 2030 los grandes objetivos de desarrollo sostenible que Naciones Unidas y cada país del planeta, entre ellos, el Perú se han comprometido alcanzar.

En esta dirección, cada actividad económica y social asume un papel concreto para acelerar los logros en el 2030 según sus potencialidades y capacidades. Una de ellas, la del turismo, la tercera fuerza económica del mundo, situándose detrás de los dos primeros: industria energética y química y superando largamente a las industrias: automotriz, textiles, alimentos y telecomunicaciones, entre otras. (Barómetro OMT. 2020)

No menos certero es el registro que hace el Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo en su TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD quien ha señalado que el turismo es la segunda actividad económica mundial, tan solo detrás de la industria manufacturera y superando a la industria de la construcción mundial, comercio, salud, agricultura, entre otros.

Pero no solamente el turismo ocupa un lugar privilegiado en el ranking de la economía mundial, sino que es un vehículo que contribuye notablemente con el desarrollo de los países de economía avanzada, emergentes y en proceso de desarrollo por el impacto



social que produce generar puestos de trabajo dignos que sustentan a millones de familias. uno de cada diez empleos en el mundo proviene del turismo en otros millones de unidades productivas expresadas en negocios propios o de empresas formalmente constituidas.

Otros indicadores de fuste sobre el turismo mundial de hoy y que ciertamente se han de incrementar y fortalecer en los años inmediatos futuros se refieren a que representa el 7% de las exportaciones mundiales y el 10% del PBI internacional. Esto significa que estamos ante un fenómeno económico y social que representa el camino más rápido hacia nuevos escenarios de mejoras para millones de familias y las nuevas que se han de incorporar al proceso.

Esta breve introducción acerca del poder económico y social que desempeña actualmente esta actividad en el mundo y aún del que ha de desempeñar en los inmediatos años, nos conducen a observar detenidamente las tendencias que generan su quehacer diario, tanto desde el punto de vista de la oferta de destinos y productos que ofrece a los millones de consumidores de los viajes y turismo, los altos estándares de calidad en los servicios y calificación de sus cuadros para entender mejor los perfiles profesionales que buscamos.

Una pequeña muestra de la capacidad de producción de servicios del turismo en el mundo es la de generar miles de puestos de trabajo, y, por tanto, cientos de miles de negocios expresados en iniciativas personales, empresas de todo tamaño, emprendimientos tradicionales e innovadores, públicos y privados, además de starups.

En suma, se trata de una de las actividades económicas y sociales más transversal que toca, coincide, apoya, fortalece, promueve, se vale de otras o busca alianzas para llegar

## *El nuevo perfil de la carrera del turismo y hotelería del Perú rumbo al futuro: Una propuesta.*

a una gigantesca demanda mundial que no tiene cuando terminar, sino todo lo contrario, tiende a crecer año a año.

A este respecto, la Organización Mundial del Turismo en sus permanentes publicaciones estadísticas del crecimiento de sus 159 Estados miembros, sostiene que la producción y riqueza obtenida se reparte entre países desarrollados y de economía emergente entre los cuales se cuenta al Perú. Las diferencias entre ellos se acortan cada vez más llegando en el 2019 a representar el 53% y 47% respectivamente.

La evolución del turismo mundial y del Perú viene marcada por las cifras constantes y positivas desde la década de los 90. Entre este último año y el 2019 el crecimiento ha sido de 342% a lo largo de 29 años en las corrientes de viajeros internacionales y, en el Perú, esta curva tiene una cifra de 1383% a lo largo de tres décadas. Demostración clara de la realidad del mercado.

Pero el asunto de fondo es que, con esas tendencias, las previsiones rumbo al 2020 y el 2030 tienen esta base sólida cuyo primer tramo, al 2019, un año antes de la proyección, tuvo un resultado casi milimétrico al haber acertado con sorprendente aproximación no obstante la pandemia mundial del coronavirus que la misma OMT ha considerado una merma para el 2020 entre el 20% y 30%. Pero la curva se ha de recuperar y tomar su curso invariable en los años inmediatos.

Esta introducción del poder y valor del turismo mundial la encaramos frente a la catástrofe de esta actividad en plena pandemia del mortal virus que corroe la economía. La demanda de bienes y servicios en general y, la del turismo en particular ha de tomar un tiempo para alcanzar los mismos niveles que teníamos hasta el 2019 pero que nadie prevé cuándo será. Pero hay proyecciones, previsiones y cálculos de recuperación que nos colocan en escenarios distintos. Veamos algunos de ellos.

El Banco Mundial y CEPAL han sostenido que el Perú tendrá un crecimiento de su PBI en el 2021 casi al ritmo de un boom. El BM<sup>1</sup> ha pronosticado un 7% de aumento del PBI, es decir, una cifra francamente monstruosa de producción. También la Comisión Especial para América Latina y el Caribe. CEPAL<sup>2</sup>, ha previsto para el Perú un crecimiento récord de 9% del PBI para el 2021. De la misma manera, el BCR en voz de su presidente ha calculado un crecimiento del PBI para el 2021 del orden del 11.5%<sup>3</sup>

Contra esta positiva visión del futuro debemos de recordar que el turismo mundial y el Perú han tenido fulminantes ataques de fenómenos exógenos. Al ser una de las actividades más sensibles de la economía mundial ha soportado y salido de muchos embates como el terrorismo, plagas, epidemias, desbordes fluviales, inundaciones y huaicos. En todas ellas, ha sabido recuperarse debido a que la demanda mundial considera al turismo hoy por hoy como un artículo de primera necesidad al formar parte ineludible de los presupuestos familiares de los países de economías desarrolladas.

---

1 Banco Mundial. Global Economic Prospects 2020. Pág. 86, tabla 2.3.2

2 CEPAL. Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe. 2020. Página 117. Gráfico VIII.4

3 Diario El Peruano. 17.01.2021



En este escenario, nos interesa auscultar las tendencias del mercado mundial de los viajes más allá del 2025 y hacia adelante. Este pensamiento se funda en que las perspectivas futuras de todas las actividades de la humanidad, incluyendo la del turismo naturalmente, deben de reinventarse en sus objetivos, metas, procesos y nuevos modelos post pandemia en el accionar gubernamental, en el sostenimiento de sus empresas y negocios y, evidentemente, en la orientación de los nuevos perfiles de sus cuadros profesionales.

Significa entonces que como en el principio, empezamos nuevamente luego de esperar casi el fin del mundo y renacer con una nueva perspectiva frente a todas las actividades que sostienen la economía y el bienestar de sus pueblos. Nos enfrentamos entonces ante un desafío punzante para rehacer o rediseñar el turismo mundial y el del Perú desde sus cimientos.

Es válido este juicio con el que coincidimos plenamente: Se abre una ventana de oportunidad para repensar la industria turística y reconstruirla desde una nueva visión más

alineada con los grandes desafíos de la humanidad: ambientales, sociales, tecnológicos. (Hosteltur 2020)

En efecto, este juicio hoy más que nunca queda en pie en la dirección de cumplir con los 17 objetivos de desarrollo sostenible que Naciones Unidas y el mundo se han comprometido a alcanzar el 2030, más allá de lo que hoy ocurre, en los que precisamente prevalecen las acciones que los Estados, gremios, empresarios, organizaciones y sociedad civil anhelan.

Rumbo al 2030, el turismo internacional y en el Perú se verán envueltos en una verdadera guerra virtual de tecnología al más alto grado, es decir, los que la creen, la tengan y utilicen y los que no hagan uso de ellas. He aquí la diferencia en la competitividad de los mercados, sus destinos, productos y equipos, proyectos, aviones, naves, trenes, buses, sistemas de reservas, celulares inteligentes, realidad aumentada, procesos, cocinas unidas a internet, transporte sin conductores, sensores, en fin, la lista continúa. Todo eso ha de cambiar.

Los servicios turísticos futuros estarán marcados entonces por el alto conocimiento, dominio y operación de tecnología, softwares, equipos y robots, lectura de manuales, procesos, catálogos, memorias electrónicas, chips, todas ellas expresadas en inglés. Por tanto, nos queda como disyuntiva, crear tecnología propia o adquirirla de los que siempre nos la venden.

## El nuevo perfil de la carrera del turismo y hotelería del Perú rumbo al futuro: Una propuesta.

Nada de ello es un sueño, sino que el uso de tecnología ya forma parte de la vida cotidiana de hoy al inicio de la segunda década del siglo XXI. Hacia el 2025 y siguientes, esta realidad será moneda corriente a la que tenemos que encarar, hoy con previsión.

Nuevos actores han de intervenir en este escenario. Los procesos ambientales que no estaban en nuestro esquema desde ahora ya forman parte de la recomposición de los destinos y productos que hemos de promover, comercializar y convencer a la clientela, certificaciones, acreditaciones y desinfecciones como un nuevo valor agregado. Citamos: protocolos ambientales, sanitarios y de producción de servicios, uso restringido del agua, electricidad, destino de desechos líquidos y sólidos.

En el lustro siguiente del 2021 al 2025 la recuperación de la economía del Perú tendrá fuerte recuperación tal como lo prevé el Banco Mundial, CEPAL y el BCR. Será un período de reinversión donde los emprendedores de todo tamaño tendrán un espacio para generar sus propias iniciativas e innovaciones para llegar nuevamente a millones de clientes, por tanto, la gestión de nuevos negocios en un nuevo mercado de procesos y tecnología será el común denominador.

En este sentido, la formación profesional deberá de seguir esa tendencia al preparar especialistas en la gestión de nuevos negocios y empresas, uso intensivo de softwares, en la formulación de proyectos de inversión, planificar nuevos destinos, dominio del marketing digital y del idioma inglés en todos sus niveles. Es decir, en medio de ese contexto las competencias blandas tendrán una prioridad esencial.



## II. Algunos perfiles para el futuro. Las competencias

A diferencia de antaño, en cuyo tiempo se enseñaba por objetivos de aprendizaje, hoy la educación moderna ha cambiado y la hacemos mediante la adquisición de competencias generales, específicas y especializadas. Un solo concepto de estas ideas es que se trata de saber pensar, saber hacer y saber ser. Los conocimientos adquiridos, verificados y comprobados se vuelven en aplicaciones, procedimientos, usos, proyectos, innovaciones, tecnologías, etc., e inmediatamente dichas competencias se transforman en riqueza.

Pero esas competencias, para un sector emblema para la reconstrucción nacional y sectorial que se encuentra al borde del precipicio, deben de provenir también de la actividad privada que es la que tiene su propia visión de los negocios futuros y, en consecuencia, su propia visión acerca de los conocimientos y competencias que deben tener aquellos profesionales que deseen integrar sus filas. De la misma manera, las competencias que debe de acreditar la administración pública para los funcionarios de los gobiernos: central, regional y local.

Las competencias que proponemos no son resultado de convicciones nuestras sino de haberlas convalidado por las tendencias mundiales y nacionales sobre el crecimiento y desarrollo futuro. Por tanto, consultamos a la UNESCO, Naciones Unidas, OMT, Consejo Mundial del Turismo y, en el Perú, al PENTUR, Plan Nacional de Competitividad y Productividad, CEPLAN y el Modelo Pedagógico de la Universidad Ricardo Palma.

Nosotros creemos que ese común cuasi universal se asienta en:



En esa dirección, pensamos que los contenidos de dichas competencias se expresan de la siguiente manera:

- 1. Emprendedurismo:** Gestiona y emprende negocios turísticos considerando los procesos administrativos, técnicos, económicos, financieros y legislación con el propósito de generar empresas propias o gestionarlas, demostrando liderazgo, trabajo en equipo e innovación.
- 2. Planes de desarrollo turístico:** Formula planes estratégicos de desarrollo turístico considerando productos competitivos, ordenamiento territorial, siguiendo lineamientos nacionales e internacionales con el propósito de desarrollar nuevos destinos en el Perú con un enfoque sostenible, demostrando respeto y responsabilidad a las culturas locales y el medio ambiente.
- 3. Proyectos turísticos:** Elabora proyectos de inversión públicos y privados en el sector turístico aplicando criterios técnicos, legales, económicos, financieros, sociales y ambientales con el fin de determinar la viabilidad económica e impacto social, demostrando capacidad para liderar equipos de trabajo.
- 4. Marketing digital:** Diseña estrategias de marketing considerando las tendencias en el mercado turístico, la promoción de productos y servicios, comunicación y publicidad, aprovechando el uso de la tecnología en este campo, demostrando creatividad e innovación.
- 5. Habilidades de comunicación:** Aplica técnicas de comunicación en idioma español y lengua extranjera para interactuar en diversos entornos socioculturales, haciendo uso de habilidades blandas con el fin de mantener comunicaciones asertivas tanto a nivel empresarial, como con el cliente, demostrando coherencia y asertividad.





### **III ¿Qué acciones debemos de tomar para reconstruir el sector desde el foro académico?**

- 1.** Mesa tripartita de la productividad: Autoridad pública, representación privada y academia habida cuenta que estos tres pilares nunca se han reunido en una mesa para tratar asuntos de crecimiento y productividad a partir de una fuerza laboral calificada de mandos profesionales, técnicos y básicos.
- 2.** Crear la Asociación Peruana de Escuelas e Institutos de Turismo, Hotelería y Gastronomía-ASPEITHG a partir de la cual se podrían converger oportunidades, intereses y aportes en la formación y acreditación de dichas entidades en las políticas públicas y privadas de calificar a la fuerza laboral.
- 3.** Convocatoria al Primer Foro Academia-Sector Privado y Público para definir corporativamente las necesidades de la empresa privada y actividad pública respecto de los perfiles profesionales y técnicos que requieran para el futuro inmediato.

Lic. Carlos Villena Lescano

**Director**

Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

Lima, 27 de enero de 2021