

# Futuro de las Profesiones Turísticas

---

**Congreso Internacional de Hotelería y Turismo  
para Futuros Profesionales**

**Lima, Perú 25 de Noviembre**

# Nuestro objetivo

---

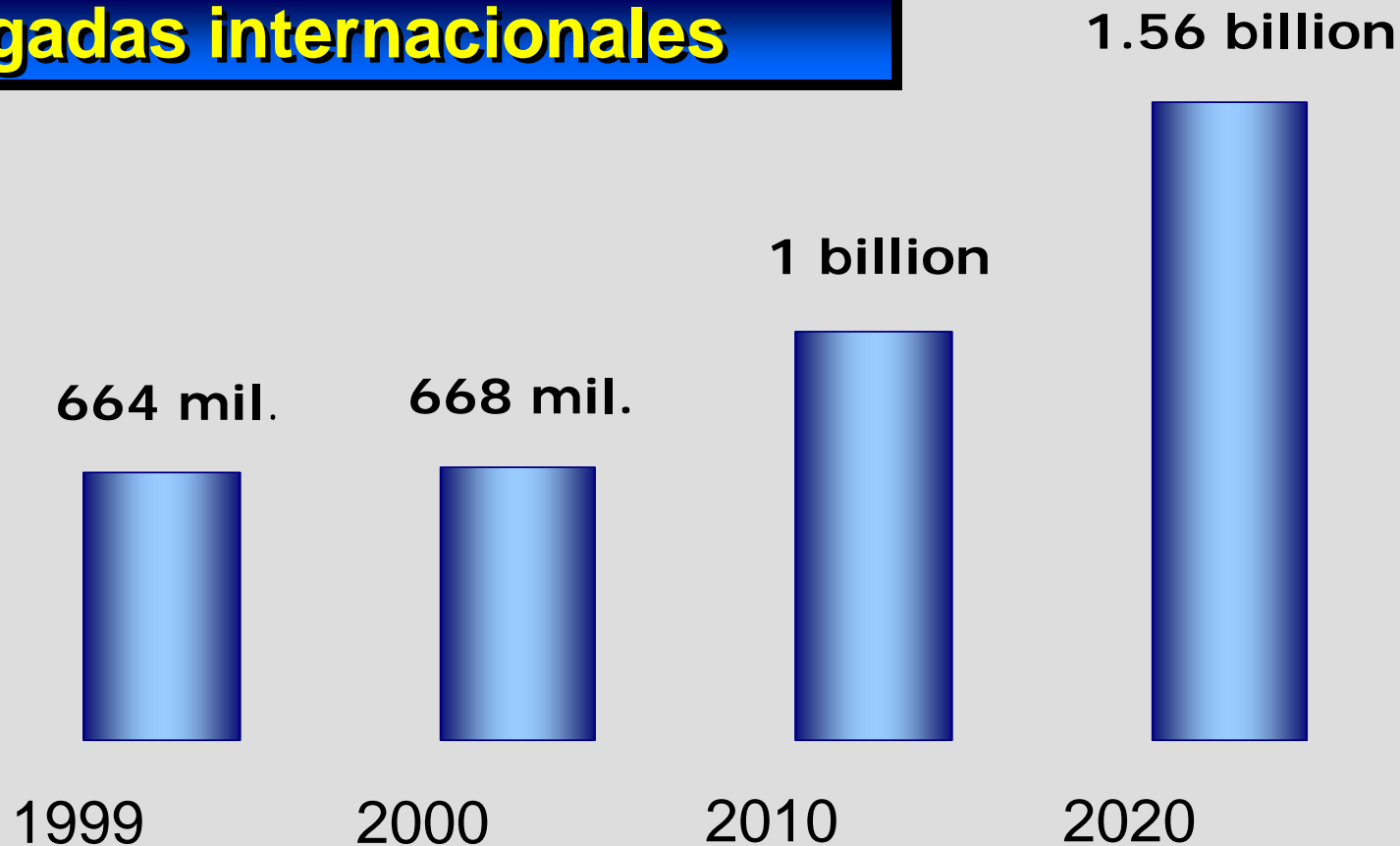
- Realizar un análisis de las oportunidades y coyunturas inmediatas para los futuros profesionales del turismo.
  - Determinar las nuevas oportunidades laborales, los retos y las modalidades de acción de los futuros profesionales
-

# Contenido

- ➡ El panorama internacional del turismo y las oportunidades que presenta para los futuros profesionales.
  - ➡ Una visión de la formación turística
  - ➡ Las aplicaciones y nuevos retos de la formación turística moderna
  - ➡ Conclusiones
-

# Panorama Internacional

## Crecimiento estimado de llegadas internacionales



*Fuente: OMT*

# Globalización es un Fenómeno que debemos tener en cuenta en el turismo

---

- ☐ Expansión, aceleración en la última década
  - ☐ Cambios políticos en muchos países (apertura de mercados, procesos de integración)
  - ☐ Desarrollo económico
  - ☐ Acuerdos comerciales (creación de reglas uniformes y principios legales)
  - ☐ Tecnologías de información y comunicación
  - ☐ Mercado más global
  - ☐ Experiencia próxima y coyuntural, la negociación del TLC (Colombia, Ecuador, Perú)
-

# Turismo: un importante contribuyente

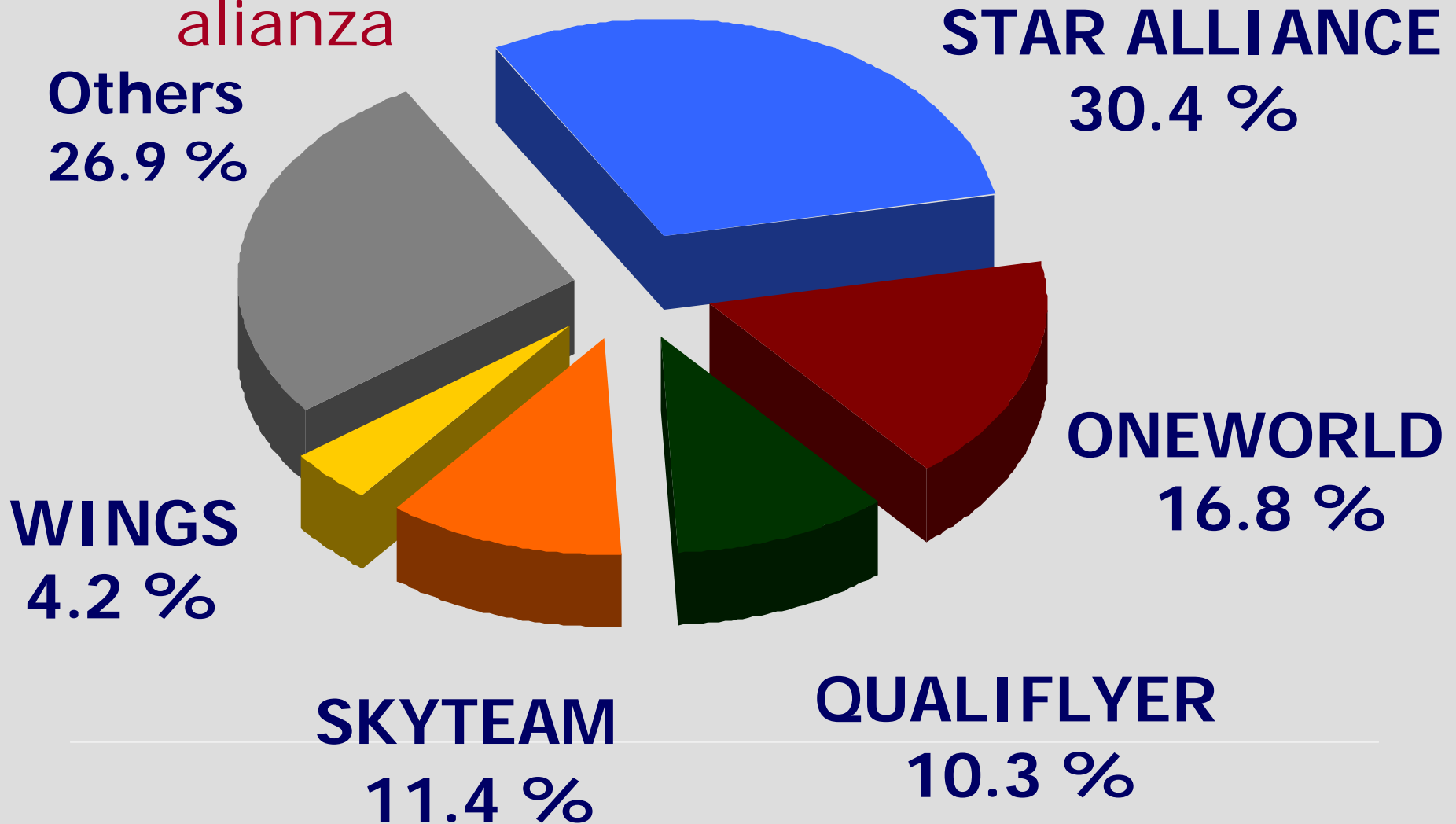
---

## para la globalización

- ☐ Una actividad libre, un fenómeno universal
  - ☐ Circulación libre de productos y servicios
  - ☐ Movimiento libre de personas (en tiempo real)
  - ☐ El turismo contribuye al conocimiento de diferentes culturas y al intercambio entre pueblos, al entendimiento mutuo
  - ☐ Turismo, es un factor clave para el desarrollo económico (inversión, creación de empleo)
-

# Transporte aéreo

Cuota de mercado por grupos de  
alianza



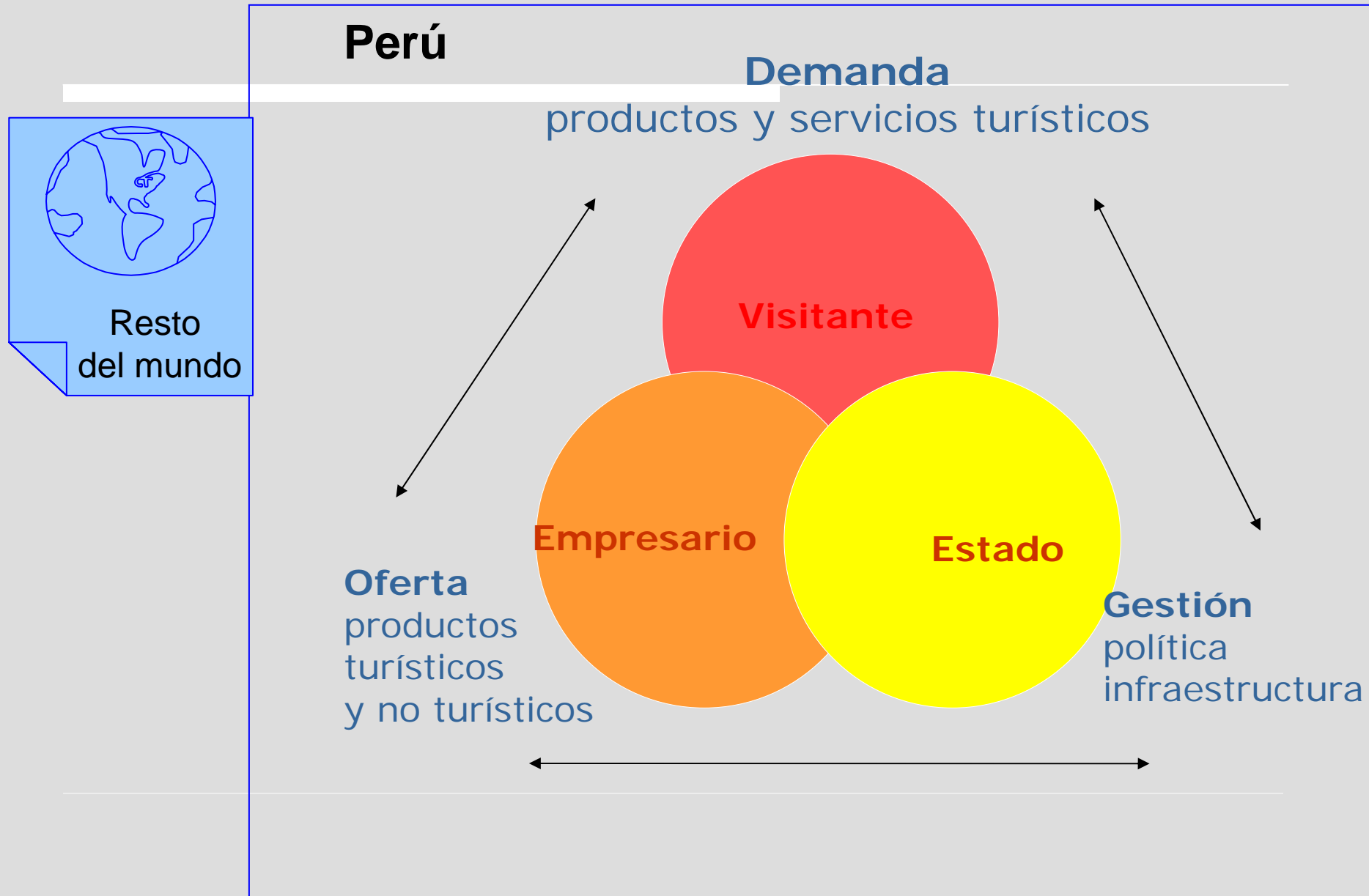
# El Sector Hotelero

---

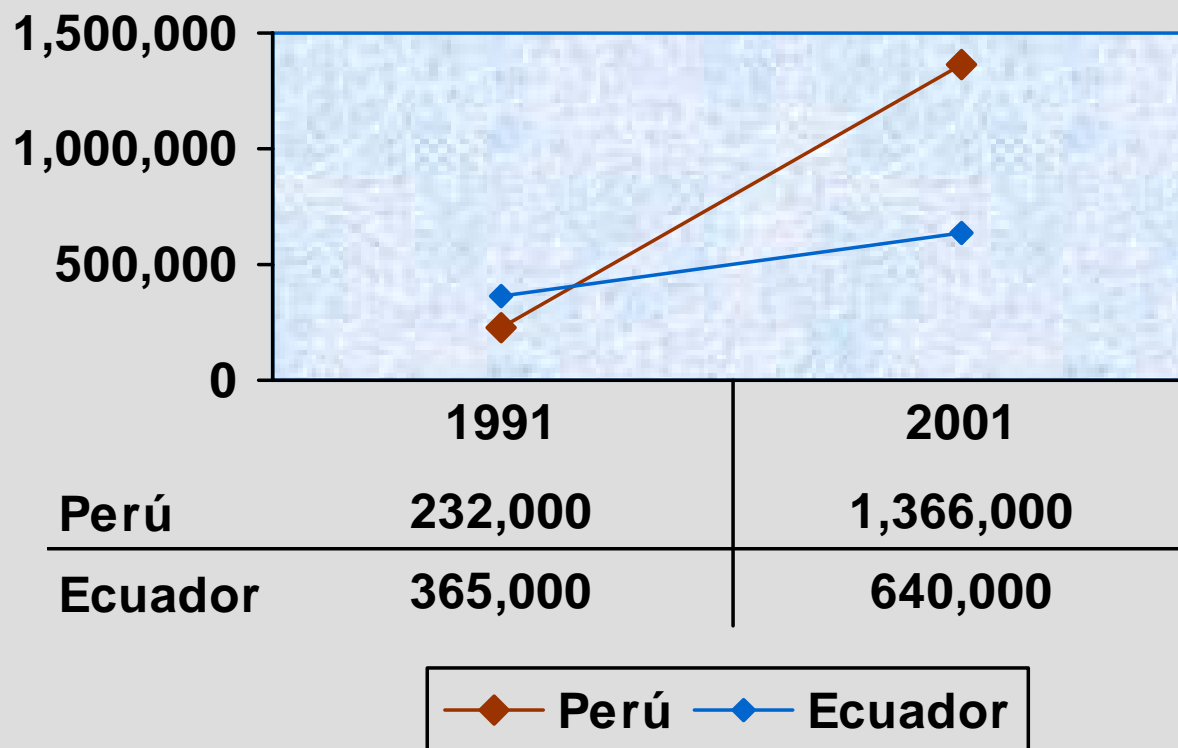
- ☐ La industria esta fragmentada
  - ☐ Las 50 compañías/grupos más grandes controlan 10% de los hoteles en el mundo
  - ☐ Dominación de cadenas de los EE.UU.
  - ☐ Proceso de crecimiento
-



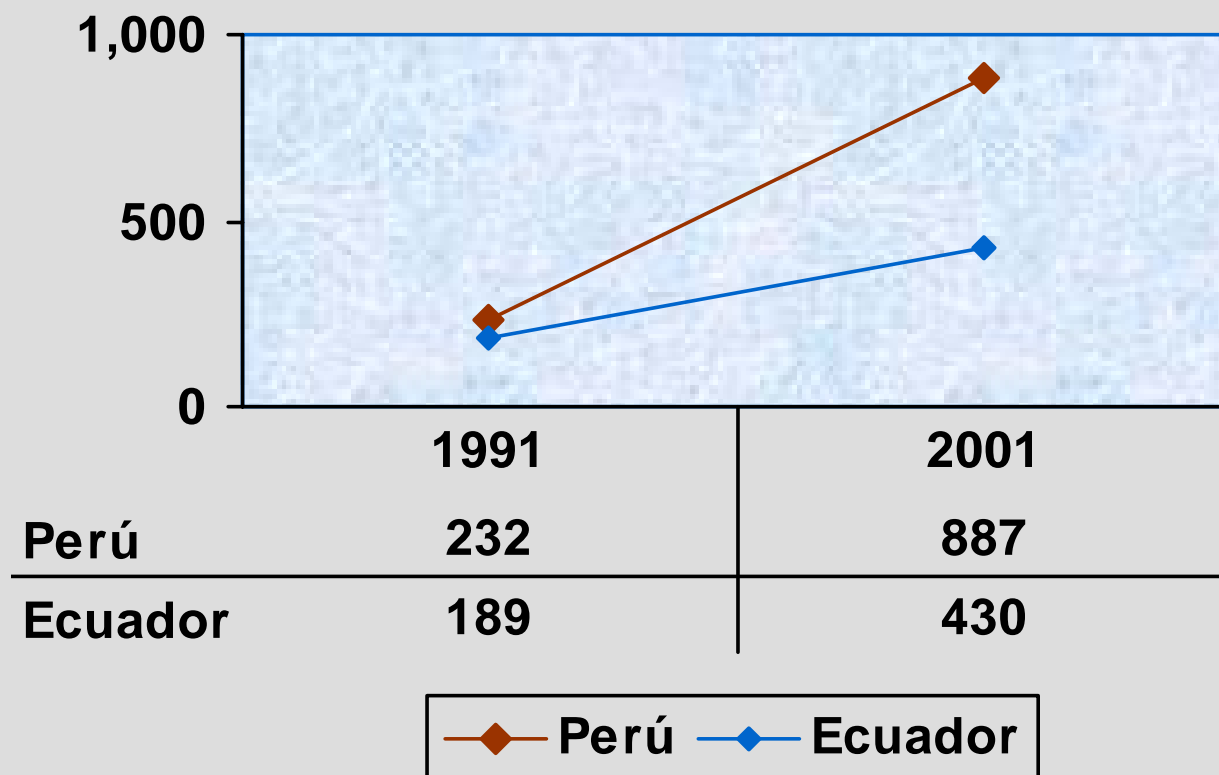
# En la óptica de la economía del turismo: actores



# Comparativo Ingreso de Turistas Perú - Ecuador



# Comparativo Ingreso de Divisas Perú - Ecuador



Cifras en Millones de Dólares

# Sistemas, redes de distribución, Internet

---

- Una herramienta estratégica de promoción, información turística y ventas
  - Criterio para el éxito: habilidad en proveer información de calidad, alcanzar gran numero de clientes potenciales
  - Los canales convencionales de la comercialización y los intermediarios (e.g. agentes de viajes) seguirán siendo importantes
-

# La formación debe responder a las oportunidades del mercado

---

- ☐ Históricamente la formación universitaria ha estado aislada de la realidad empresarial.
  - ☐ El precepto anterior es imposible que se aplique en turismo en la actualidad.
  - ☐ La formación en turismo debe responder a las tendencias del mercado y a su movilidad.
-

# Necesidades del sector turístico

---

- ❑ Las necesidades del sector turístico son variadas.
  - ❑ Las personas que estudian turismo no deben terminar sus estudios y tener la errónea concepción de que el próximo paso es de “ser gerentes”
  - ❑ En turismo se requieren tantos niveles de formación, cuantas existencias de necesidades de personal calificado existen en el mercado.
  - ❑ Efectivamente el beneficiario final de la formación turística debe ser el cliente.
-

# Una visión de la formación turística actual

---

Formación mandos  
medios operativos



CLIENTE

Mercado  
Laboral del  
Turismo

Formación técnica  
especializada

Formación universitaria

---

# Formación mandos medios operativos

---

- ☐ Sin duda alguna es la base del sistema turístico.
  - ☐ Tiene contacto directo con el cliente
  - ☐ En ella se refleja el verdadero sentir de un destino y es la imagen constante y la mejor promoción turística de un negocio o lugar
  - ☐ Es en la que un destino debe esforzarse con mayor profundidad.
  - ☐ Esfuerzo peruano en este nivel
-



# Formación técnica especializada

---

- ☐ Responde al constante cambio y a la dinámica de la actividad turística.
  - ☐ Va de la mano con las innovaciones tecnológicas que se den en el sector.
  - ☐ Tienen inmensa relación con las nuevas modalidades de turismo que surgen, ej, ecoturismo, nuevas formas de turismo de aventura, en el futuro turismo espacial (Virgin Galactic)
  - ☐ En el campo laboral se trata de un valor agregado al servicio de una empresa.
-

# Formación Universitaria

---

- ❑ Es la realización en la formación turística de un destino.
  - ❑ Modalidades son infinitas, las experiencias son diversas.
  - ❑ No existe una formula de éxito.
  - ❑ Dos factores de importancia:
    1. Contacto directo con la empresa
    2. Diferenciación en los planteamientos de una carrera de Turismo.
-

# Proyecto universitario planteado

---

- ☐ Universidad de Cuenca, 135 años de historia
  - ☐ Creación del programa de Turismo con total independencia académica, administrativa y financiera.
  - ☐ Cambiar las estructuras actuales, dejar de depender del aparato universitario tradicional dividido en facultades, escuelas, etc.
  - ☐ Plantear un programa de formación innovador.
-

# Gestión de Recursos Turísticos

---

- La Carrera planteada responde a:
    - a. Necesidades de los empresarios
    - b. Proyectar la evolución del turismo y las necesidades de los sectores público y privado en el mediano plazo.
    - c. El crecimiento de productos turísticos específicos y con mayor grado de especialización, ej. naturaleza y cultura.
  - El Objetivo de la carrera es tener profesionales que estén en capacidad de gestionar el desarrollo del turismo y fomentar exitosos proyectos.
-

# Ejes de formación

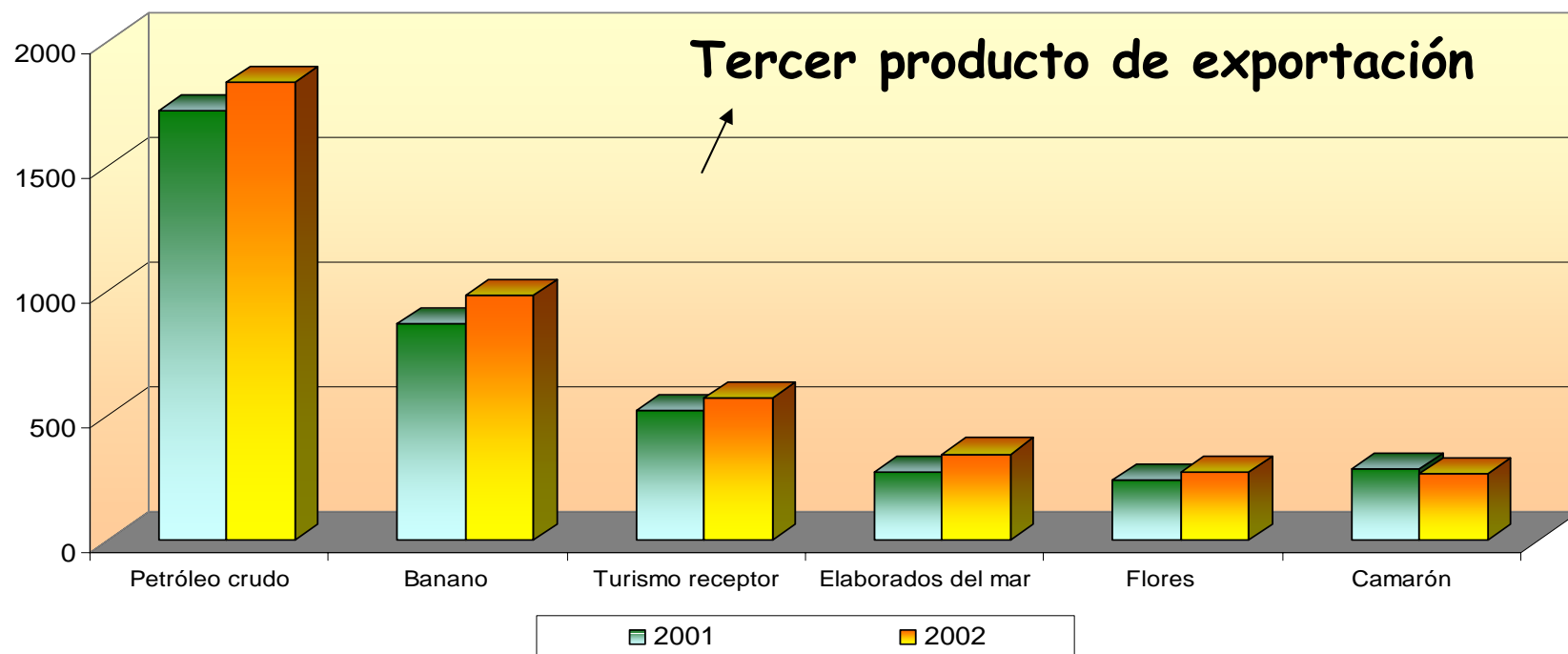
---

- ☐ Planificación y Política Turística
  - ☐ Empresas Turísticas
  - ☐ Mercadeo
  - ☐ Herramientas de administración
  - ☐ Herramientas de vinculación con la comunidad
  - ☐ Prácticas profesionales extensas
-

# Nuevos retos

## □ Planificación, la Economía del turismo

### *El turismo y la generación de divisas (millones de dólares)*



Años	Petróleo crudo	Banano	Turismo receptor	Elaborados del mar	Flores	Camarón
2001	1722	865	517	272	238	281
2002	1839	981	569	343	273	262

## Perfil del turista interno y sus gastos

### Características



Demográficas  
Educativas  
Ocupacionales

**ECOTI**

12 ciudades, 517 sectores censales, 2136 hogares por trimestre, 217 variables

### Salidas

De fines de Semana  
De feriados y otros viajes

### Consumo turístico

- No. de salidas
- Lugares (4)
- No. noches fuera
- Motivo
- Compañía
- Transporte
- Alojamiento
- Problemas

### Motivos y gastos

- **Recreación**  
Atractivo  
Actividad  
Fuente de formación

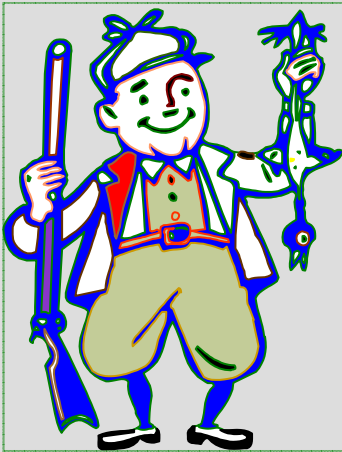
Gastos  
Ingreso total

Causas de no salida

# Perfil del turista receptor / emisor y sus gastos

## Características

### del turista



Demográficas  
Educativas  
Ocupacionales

**ENTUREC/ENTUREM**

Muestra distribuida en el tiempo (14.400 receptor y 10.080 emisor en un año)

## Origen

**Mercados**

**Emisores  
(por país  
de  
residencia)**

**Receptores**

## Consumo turístico

- No. de salidas
- Lugares
- No. noches fuera

### • Motivo

- Organización
- Compañía
- Transporte
- Alojamiento
- En paquete
- Satisfacción del visitante

## Motivos y gastos

### • **Recreación**

Atractivo  
Actividad  
Fuente de  
formación

**Gastos**

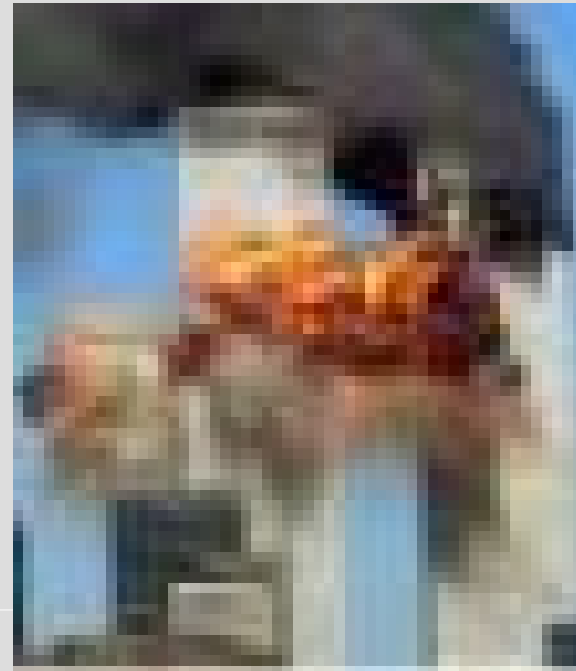


# Nuevos retos

□ Política Turística, gestión de crisis en turismo

---

**“New York, 11 Septiembre 2001, la industria de la Paz empieza una guerra...”**



# Nuevos retos

## Aporte a la descentralización

---

- ☐ Caso peruano
  - ☐ Antes 1 solo gestor turístico nacional, Ministerio, Promperú
  - ☐ Hoy, múltiples actores en la gestión pública del turismo, regiones descentralizadas, municipios, organismos privados regionales.
  - ☐ Requieren técnicos en gestión: planes integrales de desarrollo turístico, planes de mercadeo regional, que guarden concordancia con la política general de promoción estatal.
  - ☐ Gestión de destinos turísticos
-

# Nuevos retos

## Mercadeo

---

- ☐ Formulación de planes integrales de marketing
  - ☐ Puesta en práctica de esquemas público – privados para la promoción de destinos
  - ☐ Diseño, creación y puesta en marcha de clubes de producto (DMOs y DMAs)
  - ☐ Utilización de informática: GDS, Portales de Información y Reservas.
-

# Nuevos retos

## Soluciones a las coyunturas del sector

---

- ☐ Sectores en estado crítico, caso peruano, sector aerocomercial
  - ☐ Muchos países la falta de especialistas en normativa turística complementaria, Ecuador, hoteles.
  - ☐ Procesos, pueden ayudarse a través de programas de certificación laboral.
-

# Conclusiones

---

- ☐ El turismo es la actividad económica del futuro, que reemplazará los ingresos tradicionales de nuestros países.
  - ☐ Es indispensable una mayor especialización en la educación superior de turismo.
  - ☐ Es mejor tener un estupendo mando operativo o especializado que un "gerente mediocre"
  - ☐ Mantener el entusiasmo, la motivación y la dedicación en el grupo estudiantil de turismo es la clave del éxito en cualquier programa.
-