

CASOS Y TENDENCIAS EN SERVICIOS TURÍSTICOS



IDELIA MIRTA CRISTOBAL LOBATON

Lic. Turismo y Hotelería; Maestra en Docencia en el Nivel Superior; Dr. Administración;
Docente Asociado E.P: Administración del Turismo Sostenible y Hotelería, Universidad
Nacional Autónoma de Huanta - UNAH.

IDELIA MIRTA CRISTOBAL LOBATON

CASOS Y TENDENCIAS EN SERVICIOS TURÍSTICOS

IDELIA MIRTA CRISTOBAL LOBATON

**CASOS Y TENDENCIAS EN SERVICIOS
TURÍSTICOS**



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HUANTA
Fondo Editorial

IDELIA MIRTA CRISTOBAL LOBATON

Casos y tendencias en servicios turísticos / 1ª ed. Huanta:
Fondo Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de
Huanta, 2023.

91 pp.; 17x23cm

Casos y tendencias en servicios turísticos

Editado por:

©Universidad Nacional Autónoma de Huanta

Fondo Editorial

Jr. Manco Cápac No 497, El Bosque, local administrativo, Huanta,
Ayacucho - Perú.

ISBN: 978-612-49204-3-1

1ª edición Digital – marzo 2023

**HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DEL
PERÚ N° 2023-02765**


Libro electrónico disponible en

DOI: <https://doi.org/10.37073/feunah.37>

Proceso de Revisión

Fue revisado por pares externos en modalidad de doble ciego,
autorizado para publicar con Resolución de Vicepresidencia de
Investigación N° 010-2023-UNAH

 Simeón Soto, Espejo

 Pariona Luque, Rosario Blanca

Corrector de estilo

Gastelú Retamozo, Walter

Diseño de cubierta y diagramación de interiores

Antony Aguilar Ozejo

Publicado en el Perú / Published in Peru

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o
parcial de esta obra, sin autorización escrita del autor.

Dedicatoria

A mis hermanos y hermanas por brindarme su hombro para recargarme de energías.

A mi madre Olma Marcelina viuda de Cristóbal por mostrarme siempre la luz que conduce a la superación.

Mis hijos Elizabeth y Saulo por la calidad de tiempo que compartimos.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	10
PRESENTACIÓN.....	12
Transporte terrestre de pasajeros en Perú	14
Certificación de carbono neutral.....	15
Festival gastronómico omnivore y París Coffee Show	17
Reglamento de establecimientos de hospedaje.....	18
Recuperación del turismo internacional	20
Foro: Retos y tendencias de la hotelería 2022	21
World travel awards 2021	23
¿Qué valoran de nuestra gastronomía los estadounidenses?	24
Restaurante contactless	26
Informe mundial sobre las mujeres en el turismo	28
Innovaciones en Airbnb.....	29
Tendencias claves para viajes memorables.....	31
Nuevas modalidades de turismo de aventura	32
Congreso nacional de periodismo y turismo.....	34
Forma de viajar esta navidad por la COVID.....	35
Ofertas de viaje para celebrar el año nuevo	37
Los staycation ivacaciones en casa!	38
Prioridades del MINCETUR en 2022.....	40
Turismo y volcán activo.....	42
Consumidores del 2022 & la tecnología bolckchain.....	43
Best tourism villages.....	45
Metaverso y viajes.....	46
Carnavales en algunas regiones del Perú.....	48
Huella de carbono y los viajeros	49
El cambio climático es más mortal que el coronavirus	51

Mujeres líderes empresariales del mundo.....	52
EL primer ciudadano virtual del mundo	54
Shanghai Disney Resort y crecimiento del turismo (contexto mundial)	55
Startup de ecoturismo “RUTOPIA”	56
Ecommerce hotelero	58
Perspectivas de la industria de viajes 2022	60
Consortio para atraer al turismo de calidad.....	61
Megatendencias del turismo de negocios	63
Ordenación de banderas	64
Actualidad hotelera	66
Maarlab: gestor digital del turismo	68
Uso de drones en hotelería	69
Las tres patas de la sostenibilidad.....	71
Tendencias del mercado gastronómico	72
El valor de la marca hotelera tras la pandemia	74
La fiesta de San Juan y Día del Campesino.....	76
Experiencia digital vs ventas de viajes.....	77
Cumbre mundial de jóvenes sobre turismo.....	79
zona arqueológica de Conchopata – Ayacucho.....	80
Problemas para contratar vs mejores empresas del sector turístico para trabajar.....	82
Infracciones y sanciones en servicios turísticos	83
Incremento las ganancias en su restaurante	85
Caso: TUI GROUP	87
Caso: Occochaca y el día mundial del turismo.....	88
Eventos turísticos como estrategia de promoción	90

INTRODUCCIÓN

Este documento de carácter académico titulado "Casos y tendencias en servicios turísticos", previa selección de artículos publicados en el periódico unahALDÍA, nace por iniciativa de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta - UNAH, editado y publicado a través del Fondo Editorial de la UNAH, casa universitaria del cual formo parte dentro de la Escuela Profesional de Administración del Turismo Sostenible y Hotelería.

Enmarca temas actuales y tendencias de diferentes casos aplicados dentro de los servicios turísticos desde el Transporte terrestre de pasajeros en Perú con la falta de leyes drásticas para sancionar en salvaguarda de la integridad de los pasajeros, la Certificación de carbono neutral que ayuda a preservar el medio ambiente desde la óptica empresarial responsable, Festival gastronómico omnivore y París Coffee Show que realza los productos orgánicos, siendo Perú un país megadiverso en ingredientes orgánicos, la reglamentación de establecimientos de hospedaje para su categorización y clase, la recuperación del turismo internacional como preocupación de todos los países que forman parte de la organización mundial del turismo, los retos y tendencias de la hotelería que ha venido a quedarse, el World travel awards ayudando a posicionar a los diferentes países como tema resiliente, nos permite conocer a nuestros nuevos clientes, como el saber ¿Qué valoran de nuestra gastronomía los estadounidenses?, dentro de los restaurantes contactless donde muchos dejan la forma tradicional de operar para hacerlas más cerca al comensal, la importancia de las mujeres en puestos claves según el informe mundial sobre las mujeres en el turismo, la transformación e Innovaciones en Airbnb, las tendencias claves para viajes memorables, las nuevas modalidades de hacer turismo de aventura, la voz que hace llegar el congreso nacional de periodismo y turismo como tema resiliente, la nueva forma de viajar esta navidad por la COVID, las ofertas de viaje para celebrar el año nuevo, el creciente flujo de los staycation (vacaciones en casa), las prioridades del MINCETUR en 2022 , nuevas formas de hacer Turismo y volcán activo, Consumidores del 2022 & la tecnología blockchain, Best tourism villages, Metaverso y viajes, Carnavales en algunas regiones del Perú,

Huella de carbono y los viajeros, El cambio climático es más mortal que el coronavirus gran preocupación por nuestro entorno, Mujeres líderes empresariales del mundo que nos enseñan con disciplina y perseverancia, el nacimiento del primer ciudadano virtual del mundo introduciéndonos al mundo metaversos la inteligencia artificial, Shanghai Disney Resort y crecimiento del turismo (contexto mundial) la forma en cómo se recuperan los parques temáticos, casos de startup de ecoturismo "RUTOPÍA" como modelo a seguir, el ecommerce hotelero que vino a quedarse, las perspectivas de la industria de viajes 2022, el consorcio para atraer al turismo de calidad, las megatendencias del turismo de negocios, importancia del protocolo sobre la ordenación de banderas que ayuda en la diplomacia, actualidad hotelera, caso Maarlab: gestor digital del turismo, el uso de drones en hotelería, sincerando las tres patas de la sostenibilidad, las tendencias del mercado gastronómico, el valor de la marca hotelera tras la pandemia, La fiesta de San Juan y Día del Campesino como acontecimientos programados, la experiencia digital vs. ventas de viajes, la Cumbre mundial de jóvenes sobre turismo, la zona arqueológica de Conchopata - Ayacucho, la problemática para contratar vs. mejores empresas del sector turístico para trabajar, actualización de las infracciones y sanciones en servicios turísticos, el cómo incrementar las ganancias en su restaurante, el Caso: TUI GROUP, el Caso: Occochaca y el día mundial del turismo y finalmente los eventos turísticos como estrategia de promoción en el tema preocupante de reactivar nuestra actividad con intensidad.

Autora

PRESENTACIÓN

La industria turística en el mundo desde sus inicios generó una serie de actividades relacionadas al disfrute del tiempo libre de las personas, que luego fueron denominadas *turistas*, la teoría nos dice que es considerado como tal aquel individuo que permanece en un atractivo turístico un tiempo mayor a 24 horas. No obstante el hombre desde un punto de vista histórico siempre se inclinó a los viajes es decir su instinto lúdico, se tiene claros ejemplos en la época greco romana, donde el hombre estaba marcado por el conocimiento y la estética de las ciudades, Heródoto menciona la biblioteca de Alejandría que fue construida por orden de Alejandro Magno para albergar en sus instalaciones todo el conocimiento de la época, por tal motivo era visitada por los hombres más notables de ese tiempo, o sea filósofos, historiadores, astrónomos, matemáticos, y otros, entonces la existencia de este atractivo se convirtió en motivo de visita fomentando el flujo de personas a la misma ciudad de Alejandría. Más adelante con la revolución industrial se tomó en cuenta nuevas formas de transporte con la ayuda de la tecnología lo que hizo que el hombre sintiera más curiosidad por el mundo que le rodeaba y se crearon los balnearios turísticos para la gente adinerada. Las guerras mundiales causaron impacto en la industria de los viajes en especial la segunda guerra, a su término en 1945 se desarrolló la industria de los viajes aéreos trasladando a las corrientes turísticas europeas hacia destinos turísticos en américa, a su vez este tipo de transporte era más seguro razón por la cual era el favorito de los turistas hasta el presente.

El turismo en América es desarrollado con éxito en destinos como Estados Unidos, Canadá y México que fueron los primeros en promocionar su producto turístico, caso Cancún que por sus playas desarrolló una industria hotelera importante creando oportunidades de empleo para los pobladores del lugar. En el caso de Sudamérica se abren nuevos destinos en Brasil, Argentina, Colombia y Perú que ofrecen al turista nuevos tipos de turismo como: turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural, turismo rural comunitario por citar algunos, entonces se habla del efecto multiplicador de la actividad turística y de su impacto en la economía de los países.

En la actualidad está en vigencia conceptos de sostenibilidad y el turismo no es ajeno a ello y como industria se viene involucrando en los Objetivos de Desarrollo Sostenible que fueron adoptados por las Naciones Unidas en el 2015 como un llamamiento a la consciencia universal para poner fin a la pobreza preservar el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad, dentro de ellos están el hambre cero, uso racional del agua, igualdad de género entre otros, por tanto la industria turística ha modificado algunos aspectos del producto turístico, apareciendo las empresas con tecnologías sostenibles y el apoyo al trabajo de las mujeres campesinas , prueba de ello son los hoteles con uso eficiente y racional del agua, los hoteles boutique que dentro de sus colaboradores están miembros de las comunidades campesinas laborando en las áreas de housekeeping y restaurante caso el hotel Titilaka a orillas del Lago Titicaca en Puno, o el turismo rural comunitario en las islas de Taquile y Amantani donde las comunidades se organizan para recibir al turista en hospedajes rurales, sin embargo existen casos donde la planificación turística escapa a los principios humanos de respeto a las comunidades campesinas o grupos originarios, o sea no se entiende que el producto turístico tiene que ver con la preservación y respeto a la cultura viva de estas comunidades.

En tal sentido la presente publicación pretende dar a conocer todas las consecuencias positivas y negativas de la actividad turística en los diferentes destinos turísticos en el mundo.

Dra. Katia Natalia Barrientos Paredes
Lic. Turismo
Dra. Ciencia Tecnología y Medio Ambiente
Docente ordinario E.P: De Turismo
Universidad Nacional Altiplano - Puno
kbarrientos@unap.edu.pe

Transporte terrestre de pasajeros en Perú

unahALDÍA, 1 de setiembre de 2021

Perú, caso empresas de transporte terrestre de pasajeros, el caso de los excesos de velocidad en la carretera central, trae consigo mucho dolor y sufrimiento en familias enteras, es lamentable, que a pesar de las medidas preventivas de la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías - Sutran, con la finalidad de proteger las condiciones de seguridad y salud, ambiente y comunidad. Encontramos medidas como: Retención de la licencia de conducir, retención del vehículo, internamiento de vehículo y retiro de placas, remoción del vehículo, clausura temporal del local, suspensión precautoria de la autorización, paralización de la actividad, suspensión de la habilitación vehicular, interrupción del viaje, entre otro no están funcionando. Se necesita reestructurar las medidas preventivas, se trata de vidas humanas, de niños, jóvenes, adultos, familias enteras que constantemente terminan en tragedia al realizar un viaje hacia la capital de nuestro Perú.

Hoy cuentan con la tecnología, GPS, que permite medir en tiempo real el exceso de velocidad, la SUTRAN debe actuar de manera preventiva y no solo para, ratificar su compromiso de controlar cada vez que se presente un accidente con más de 33 muertes que causa y enluta a muchas familias.

La SUTRAN, siendo fiscalizador y sancionador en la prestación de servicios de transporte, establece las siguientes sanciones, que por cierto muy flexibles, como si la vida de las personas no valiera. Las principales sanciones son amonestaciones a la empresa, multa al conductor o al peatón, suspensión de la licencia, suspensión de la concesión, autorización o permiso, Inhabilitación para brindar servicios de transporte. Y la posibilidad de recursos de reconsideración frente a una sanción administrativa.

Para el caso de transportes terrestre interregional, se requiere en cumplimiento del Reglamento Nacional de Tránsito, Artículo 340, aprobado por el Decreto Supremo N°033-2001-MTC, la Actualización del registro Nacional de Sanciones por Infracción de Tránsito Terrestre, no para almacenar la información, sino para actuar en primera

instancia frente a los actos, no puede existir reconsideraciones de empresas irresponsables que se enriquecen a costa de muchas vidas humanas, en el tramo de la carreta Matucana hacia Lima, se presentan constantes accidentes, que hasta la fecha no establecen control alguno, se requiere de control sin tolerancia alguna, en razón que se trata de vidas humanas.

Es necesario establecer un mecanismo de cooperación interinstitucional, entre la Sutran, Gobiernos Regionales, Municipalidades distritales.

Modelos como Canadá considera que, para calificar como chóferes de larga distancia, deben tener edad mínima de 25 y máximo de 55 años, declarar que no usa drogas, no tener antecedentes policiales durante los últimos 5 años, licencia de conducir libre de historiales de accidentes durante los últimos 4 años.

Muestro país es un caos, circulan buses adaptados, sin cumplir con los sistemas de seguridad, sin respetar el número de copilotos para larga distancia, en 2018 retiraron 241 vehículos con 30 años de antigüedad en Lima y Callao, ya deben imaginar cuantos años de antigüedad tendrán la flota de buses interregionales.

Certificación de carbono neutral

unahALDÍA, 07 de setiembre de 2021

El primer destino turístico a nivel internacional en obtener la certificación de Carbono Neutral, es el Santuario histórico de Machu Picchu otorgada por Green Initiative, empresa acreditada a nivel mundial por las Naciones Unidas para certificar compañías bajo esquemas de Carbono Neutral, forma parte de las 24 empresas registradas para este fin, en cumplimiento a los acuerdos de Paris sobre cambio climático.

Dentro de su lista de clientes figura APTAE, CASACOR, INKATERRA, USAID. LIMA TOURS, PROMPERÚ, UNEP, SANTA NATURA, Condor Travel, De los cuales, mencionar a Inkaterra Hotels que conserva y preserva el patrimonio cultural enfocado al desarrollo de un turismo sustentable en sus más de 40 años recibe a más de 200 000

viajeros brindando experiencias auténticas estrechamente relacionado con la naturaleza. Realiza trabajos de campo y monitoreo de la biodiversidad con el fin de restaurar y proteger los ecosistemas, dentro de 30 000 hectáreas de bosques amazónicos tanto de conservación privada y concesiones forestales, con programas de producción agrosilvicultura y la producción orgánica. Cuenta con estación de campo de guías, voluntariado y cursos de formación.

Para alcanzar la neutralidad en carbono siguen 4 pasos, Primero la de calcular con precisión la huella de carbono, segundo alcanza la neutralidad reduciendo y compensando emisiones, tercer certifica este logro y agrega valor a tus actividades, finalmente, cuarto paso comunica al mundo, tu compromiso de acción climática responsable.

Otra empresa comprometida con el clima y lidera dentro de alimentos naturales es Santa Natura empresa carbono neutral y ecofriendly inicio su proceso el 2020 cumpliendo con los objetivos de desarrollo sostenible en producción y consumo responsable con menor impacto ambiental.

Las naciones Unidas indica que vivimos un periodo de emergencia climática que impactará a todos los segmentos, haciendo evidente los excesos en la emisión de gases de efecto invernadero, acumuladas en la atmosfera incrementan las temperaturas promedio de la tierra, acelerando el cambio climático.

La transformación del mercado, nuevo ecosistema de negocios verdes, con la aplicación de buenas prácticas ambientales, la biodiversidad y el clima, todo ello suma en la competitividad de las empresas de no cumplirlo tenderán a desaparecer. Es un trabajo progresivo con el fin de reducir las emisiones de carbono, basada en una gestión con metas e indicadores y monitoreo interno de las empresas.

El viceministro de Gestión Ambiental del Ministerio del Ambiente (MINAN) Castro, M. afirma “un gran paso y debemos estar orgullosos”, toda vez que somos “un gran ejemplo para el Perú y el mundo”, dio a conocer en el diario el peruano, hay que recalcar el trabajo del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP) con la plantación de un millón de árboles, otros que venían desarrollándose

desde el 2016 para la descarbonización, implementando plantas de tratamientos de residuos orgánicos, plásticos por empresas privadas y los protocolos para la disminución de emisiones de carbono en un 45% hacia el 2030 y para el 2050 las emisiones netas cero cumpliendo los acuerdos de París.

Festival gastronómico omnivore y París Coffee Show

unahALDÍA, 15 de setiembre de 2021

Nuestro Perú participó del Festival Gastronómico Omnivore y París Coffee Show, celebrado en París, Francia del 11 al 14 de setiembre del presente año. La Oficina Comercial de Promperú en Francia invitó a reconocidos chefs como Pía León considerada la mejor chef del mundo, actual chef del restaurante Kjolle, trabajó en el buque insignia de Gastón Acurio, Astrid y Gastón, Hotel Ritz de Nueva York y se unió a Central, Virgilio Martínez dueño del restaurante Central ocupa el sexto puesto dentro de los 50 mejores restaurantes del mundo, Aaron Diaz bartender peruano, gurú de la coctelería y creador del gran Carnaval, un bar de coctelería conceptual y Carlos Camino restaurante centro de Lyon peruano que consiguió por dos veces la estrella Michelin, quienes a través de conferencias, masterclass, aromas de café, exposición de productores y productos peruanos y exhibición de las danzas dieron a conocer los superfoods peruanos de exportación, que son en su conjunto alimentos naturales altamente nutritivos de mayor reconocimiento entre los consumidores de todo el mundo, nuestro país por la ubicación geográfica es considerado un Hub en América Latina.

Los Superfoods peruano presenta cinco categorías, como Súper frutas (aguaymanto, camu camu, chirimoya, lúcuma, granadilla, arándano, uva, mango, granada, guanábana, mandarina, plata, banano orgánico), Súper Hortalizas (espárragos, alcachofas, ajíes, aceituna, capsicums o ajíes), Súper Granos (Castaña, kiwicha, sachá inchi, maíz gigante, quinua, maíz morado, cacao, tarwi, chía), Súper Tubérculos y raíces (maca, yacón, camote, yuca, muña, uña de gato, cúrcuma, jengibre, papa nativa) y Súper Pescados (Trucha, pescados azules).

Es de importancia que estos productos cumplan con los protocolos fitosanitarios de exportación según SENASA y pase por el proceso de empaclado y la certificación.

También nuestro país se consolida dentro del Coffee Show como uno de los países de mejores cafeteros del mundo, representado por cooperativas peruanas y empresas francesas dedicadas a la importación del café peruano. En La ruta del café peruano Esther Vargas (12 de septiembre 2021) difunde que, se registra con 39 cafés especiales clasificados a la región Cusco, luego Cajamarca con 22, Junín con 18, Puno con 12, Huánuco con 9, Pasco con 5, Amazonas 5, Ayacucho 2, Huancavelica y Piura 1 respectivamente.

“Está creciendo la comunidad de cafés de alta especialidad en el Perú, donde tienen protagonismo las familias productoras, quienes vienen mejorando sus economías y rentabilizando la actividad cafetalera. De este modo seguimos avanzando en la ruta de convertir al Perú en el primer productor de cafés especiales en el mundo”, dijo Fundes.

Empresas que participaron del festival, marcas como Allpampa, Amazon Andino, Latino Market, El Inti, Guayapi, La Casa Peruana, Marussia, Mezcal Brothers, Pardella Spirits, Spirit Latin Pisco, Sovex, Shanantina Francia, Sol Semilla, Tolentino Trading, Tumi De Oro y Ceviche Franchise

Y finalmente los restaurantes que participaron por poseer la marca país, Lourde Pluvillage del restaurante Picaflor con causas y el arroz con pato, Restaurante MacchiPisko de José Cervantes con ceviche y empanadas, entre otros (Andina, 2021)

Reglamento de establecimientos de hospedaje

unahALDÍA, 28 de septiembre de 2021

El reglamento de establecimientos de hospedaje aprobado con Decreto Supremo N°001-2015-MINCETUR, con fecha 09 de junio de 2015, consta de siete capítulos, 35 artículos, 09 disposiciones complementarias y 5 disposiciones complementarias transitorias y cuatro anexos. Teniendo en cuenta que según el reglamento tenemos las

siguientes clases y categorías respectivas; hotel de una a cinco estrellas, apart hotel de tres a cinco estrellas, hostel de una a tres estrellas y albergue sin categoría alguna.

Los hoteles, apart hoteles, hostales y albergue con respecto a requisitos mínimos de infraestructura deben cumplir la norma técnica A,30 hospedaje del numeral III.1 Arquitectura, del título III edificaciones, del reglamento nacional de edificaciones- RNE, en los otros aspectos sobre equipamiento, servicio y personal varían.

Los requisitos mínimos de equipamiento (custodia de valores individual o caja fuerte común, internet, frigobar, televisor, teléfono con comunicación nacional e internacional) en la clase hotel, los de categoría 5 y 4 estrellas deben cumplir obligatoriamente con todo el equipamiento mencionado, en la categoría 3 no siendo obligatoria el frigobar, en la de 2 y 1 estrellas no es obligatorio la custodia de valores y frigobar.

Requisitos mínimos de servicio (limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes del hotel, servicio de lavado y planchado, servicio de llamadas, mensaje y taxi, custodia de equipaje, primeros auxilios, room service, cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped) las de 5 y 4 estrellas deben cumplir con todo obligatoriamente, la de 3 estrellas puede prescindir del room service y reemplazan aspectos de primeros auxilios con un botiquín, las de 2 y 1 estrellas no es obligatorio los servicios de lavado y planchado, llamadas, mensajes y taxi y room service.

Requisitos mínimos de personal para la clase hotel los de 5, 4 y 3 estrellas obligatoriamente deben contar con personal calificado y personal uniformado las 24 horas y los de 2 y 1 estrella no son obligatorios.

Los requisitos mínimos de equipamiento, servicio y personal en la clase apart hotel son completamente obligatorios, en sus tres categorías.

La clase hostel tiene como requisitos de equipamiento (internet, caja fuerte en recepción, tv), se hace obligatorio en las de 3 estrellas y las de 2 y 1 estrella no son obligatorias. Sobre los requisitos mínimos de servicio son obligatorios en las tres categorías (limpieza de habitaciones y ambientes, servicio de custodia de equipaje y botiquín). Y los requisitos

mínimos de personal es obligatorio en la de 3 estrellas y no obligatorio en las de 2 y 1 estrella.

Finalmente, la clase albergue tiene como requisito mínimo de equipamiento internet, requisitos mínimos de servicio la limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del albergue, botiquín, cambio regular de sábana y toallas. Aquí deben contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud. El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

Recuperación del turismo internacional

unahALDÍA, 05 de octubre de 2021

Dentro de los meses de junio a julio de 2021, fue favorable por el avance de las vacunas, la reapertura de las fronteras y reducción de las restricciones de viaje, gracias a ello el turismo internacional dio señales de recuperación. El barómetro del turismo mundial, estima que en 2021 se realizaron viajes internacionales hasta julio, 54 millones de turistas, lo que representa un -67% que el mismo mes de 2019, siendo a pesar de ello un dato importante de impulso desde el mes de abril de 2020. Ya que en 2019 se registró 164 millones de viajes.

Es consecuente que, 2021 continúa como un año difícil para el turismo internacional, con un decremento del 80% en enero a julio comparando con el 2019. Dentro de este periodo la región Asia y el Pacífico presenta una caída de 95% de llegadas internacionales, seguido de Oriente Medio con -82%, Europa y África con -77%, nuestra región de las Américas con -68%. Mientras tanto las pequeñas islas del Caribe, África y Asia y el Pacífico, y otros destinos pequeños europeos obtuvieron buenos resultados en junio y julio, con arribos superiores a las de antes de la pandemia.

La reapertura de los destinos turísticos internacionales impulsado por diversos factores con el sello "safe travel", sumado a ello la administración de vacunas, la gobernanza de las instituciones, permitió restablecer los flujos turísticos en Europa y otras partes del planeta por el refuerzo de la confianza de los viajeros. Los destinos asiáticos continúan cerrados a los viajes no esenciales.

México obtuvo los mismos ingresos por turismo en junio de 2021 que en 2019, registró un incremento de 2% en comparación a 2019, según la UNWTO. Dentro de los mercados de turismo receptivo Francia obtuvo una mejora significativa durante julio de -35% y Estados Unidos un -49%.

Un panel de expertos de la Organización Mundial del Turismo manifiesta en perspectivas para setiembre a diciembre 2021 una mejora para fin de año, cuya demanda reprimida se repunte en 2022, durante el segundo y tercer trimestre. Casi la mitad de los expertos piensan que el turismo internacional no volverá a los alcanzados de 2019 hasta el año 2024 en Asia y el Pacífico, Europa recuperará para el 2023 y Oriente Medio completa su recuperación en 2022.

También dentro de los tops 10 destinos se ubica Germany con -84%, Italy -80%, México -34%, Spain -80%, Thailand -100%, Turkey -59%, United Kingdom -98% y United States -79%. Haciendo un total en promedio de -80% en el mundo, data comparada del 2019 los meses de enero a julio con el 2021, según fuente de UNWTO tourism recovery tracker.

Finalmente, en nuestro Perú, caso Cusco durante el primer trimestre de 2021 la recuperación comenzó con US\$ 577 millones, según la Cámara de Comercio de Cusco dando a conocer en el diario Gestión con fecha 04/10/ 2021. Para ello el programa "Turismo Emprende Ya", capacitó a más de 800 emprendedores en el fortalecimiento de capacidades a prestadores de servicios turísticos.

Foro: Retos y tendencias de la hotelería 2022

unahALDÍA, 14 de octubre de 2021

Foro desarrollado por Turismo Lab 2021 el 13 de octubre, expertos en hotelería, como Luis Izquierdo Revenue Management Corporativo Grupo SIXSTAR Hotels (Guayaquil- Ecuador) resalta que los factores exógenos se complican, reconocer que el producto hoy compite de manera distinta, potenciar las reservas es ideal y saber en qué mercados hacerlo, en Galápagos es clave el turismo receptivo y se encuentra pausado, los europeos están recorriendo primero su país. El forecast ayuda a los pronósticos de las ventas futuras donde debemos

proyectarnos a dos o máximo seis meses apostando al mercado local en especial el primer trimestre del 2022.

El americano tiene miedo quedarse atrapado en el país que visita. La tecnología es costosa siendo una barrera para los hoteleros, tener en cuenta el valor que ofrece al huésped, optimizar procesos costos y gastos, el wifi es básico como el agua y la luz antes de la pandemia, tener una ancha de banda superior al mercado, los huéspedes pasan mayor tiempo en su habitación donde trabaja, descansa y se entretiene, los eventos híbridos con 5 o 6 personas, son nuevos nichos, ya que 9 de cada 10 reuniones que se realizan son híbridas, el shopper que te ayude acelerar la analítica y reaccionar pronto, controlar los gastos, siendo dramáticos en cerrar y/o abrir el hotel, contratar y cortar planilla, ser precisos en calcular el número de colaboradores, evaluar los riesgos y contar con personas idóneas.

Por otra parte Piero Baglietto Rojas Coordinador de Revenue y Reservas Crowne Plaza y Holiday Inn recuerda que el marketing digital tienen fuerza importante en la gestión de los hoteles, las reservas virtuales, y muchos clientes nos observan en buscadores, siendo necesario transformar las operaciones que seguirán expuestos a diversos canales de distribución, identificar buenas herramientas, fortalecer los protocolos y mantenerlos, reputación online se mantiene presentes en los empresarios, comercialización B2B, B2C, basado en la confianza de los clientes y exponer los comentarios positivos para felicitar a los clientes. En lima la guerra de precios agresivos para atender el mercado local, apertura de fronteras favorable y sin descuidar del mercado local. El 2022 la curva de ventas y reservas tiene que continuar creciendo, la tecnología es fundamental, emplear el presupuesto adecuadamente y mejorar el sistema de reserva con cambios necesarios.

Finalmente, Guillermo Martínez de Pinillos como especialista en gestión hotelera, calidad y bioseguridad, recomienda considerar los días festivos, fines de semana, flexibilidad de las restricciones, realizar planes de 3 a 4 meses y no anuales, cumplir normativas que se modifican y la guerra de tarifas es a nivel nacional, y no siempre reducir la tarifa será la buena opción, hay un divorcio grande con la tecnología, solo por

cumplimiento de la normativa, carecemos de una buena cobertura de internet, el tema comercial con el uso de las redes sociales, no tener un plan de comercialización y aplicar el Customer experience percepciones que se generan en la mente del huésped.

World travel awards 2021

unahALDÍA, 20 de octubre de 2021

World Travel Awards se estableció en 1993 con el fin de reconocer, galardonar y celebrar la excelencia en los diversos sectores de la industria de viajes, turismo y hotelería, cada año realiza ceremonias de gala regionales dentro de cada continente, siendo un evento importante dentro de la industria de los viajes, donde asisten los principales responsables de la toma de decisiones, personas influyentes y medios de comunicación especializados en el rubro turístico. El programa, ganadores, patrocinadores representados a nivel mundial en las redes sociales se mantienen actualizados por las diversas plataformas. En el 2019 los votos emitidos fueron de 1 945 965 y el 2020, se emitieron un récord de 2 033 494 votos, representando un gran voto de confianza para la industria de viajes y turismo.

La ventana de votaciones de 2021 ha llegado a su fin, los ganadores elegidos para la 28ª edición anual de los premios mundiales de viajes "World travel awards" en nuestro Perú son las siguientes empresas:

Hotel Boutique líder "Explora Valle Sagrado" merecido reconocimiento en un tiempo desafiante para la industria del turismo global, que motiva a seguir explorando las regiones más remotas de América del sur.

Hotel de negocio líder "Hilton Lima Miraflores" sus habitaciones reflejan frescura y hospitalidad con un toque de tradición peruana, combina elementos de arquitectura tradicional del siglo XVIII y decoración contemporánea creando un ambiente perfecto.

Empresa líder en alquiler de autos "Avis" son parte de un operador regional de arrendamiento de vehículos con presencia en

Perú, Colombia y Ecuador, con más de 22 años y cuenta con 5 000 vehículos.

Empresa líder en gestión de destinos en Perú “Coltur Perú” asesores de viajes que enriquecen los viajes corporativos, viajes de incentivos, congresos y eventos y vacaciones, enfocados al turismo MICE, con una experiencia de más de 60 años en el mercado.

Hotel líder “Parque Belmont Miraflores” las suites decoradas con acentos nativos del Perú, un restaurante de cocina imaginativa de sabores asiáticos y peruano, resalta el spa por los ingredientes autóctonos de la Amazonía peruana que se emplea.

Suite hotelera líder “Suite Presidencial @ The Westin Lima Hotel & Convention Center”, edificio del 2011 de instalaciones modernas, presenta 5 restaurantes, 19 salones para eventos, spa, gimnasio, se aceptan mascotas, Westin club y es ecológico.

Hotel boutique de lujo líder “Aranwa Cusco Boutique Hotel” estilo colonial con habitaciones clásica matrimonial, Deluxe matrimonial, Deluxe superior matrimonial, Junior suite doble, Suite matrimonial.

Resort líder “Hotel Paracas, A Luxury Collection Resort” alojamiento de lujo, cabaña junto a la piscina o spa, gastronomía exquisita, espacios eventos, gimnasio y terraza privada.

Tour operador líder “Alpaca Expeditions de Machu Picchu” propietario Raúl Ccolque, para el 2017 empleó a más de 300 personas viajando y haciendo senderismo.

Finalmente, como Agencia de viajes líder “Viaje Costamar” cuenta con sello safe travels, con más de 12 millones de clientes, dentro de su sistema de pago afiliada a visa, verified by visa, mastercard, diners club y safety pay.

¿Qué valoran de nuestra gastronomía los estadounidenses?

unahALDÍA, 27 de octubre de 2021

Si hablamos de gastronomía, podemos decir que es un atractivo por excelencia para desarrollar los destinos turísticos de nuestro Perú, gracias a los títulos adquiridos de “mejor destino culinario” y también de formar parte de los 50 mejores restaurantes del mundo, mencionando

a Central Lima- Perú del chefs Virgilio Martínez y Pía León para la elaboración de sus platos emplean gran cantidad de productos de origen local ofreciendo desde vieiras, calamares y almejas de la costa peruana y Amazonas, hasta panceta de cerdo y cuello de cabra del Valle Sagrado del Cusco, enfocados a la sostenibilidad con temas del reciclaje, compostaje y su huerto con más de 100 especies de plantas.

Otro de los restaurantes dentro de los 50 mejores del mundo es Maido Lima- Perú, de Mitsuharu Tsumura, donde Perú y Japón se unen para crear la tendencia "Nikkei Experience" centrado en pescados, cangrejos dishi y tapiocas

Si de recuperación, reactivación se habla, pues el turismo gastronómico es una gran estrategia para dar a conocer la cultura del destino como parte del patrimonio inmaterial y desarrollar el turismo sostenible. Los estadounidenses se muestran muy complacidos con nuestra gastronomía, según Promperú la encuesta trabajada sobre la percepción de la gastronomía peruana entre los estadounidenses en julio 2021, en cuanto a la experiencia gastronómica en el rango de 1 a los 100 puntos califican con 91.3 puntos de satisfacción, siendo los satisfechos los que nos visitan en pareja (91.4 pts) o con amigos (92,2 pts). A ello se suman las publicaciones en web especializadas que realizan son Alemania 1700, Italia 2500, Francia 3000, España 3500, Chile 4500, Brasil 7000 y sorprendentemente Estados Unidos 22 000 publicaciones especializadas del rubro gastronómico en expedía, Google y tripadvisor.

Los estadounidenses valoran el sabor, la variedad de los platos, por los insumos naturales e inorgánicos y de temporada, tienen alta consideración por las recetas ancestrales, en su búsqueda de información antes de realizar el viaje se sienten atraídos por los restaurantes que elaboran los potajes con insumos naturales, a ello les atrae los complementos del ambiente con música, decoración y entretenimiento, los cuales deben estar ubicados cercanos a los atractivos turísticos.

Se hace de necesidad considerar los siguientes datos; uno de cada dos turistas estadounidenses utilizaría una agencia de viajes al visitar nuestro país, con estadías prolongadas que les permita trabajar

y vacacionar, un 66% se hospedaría en hoteles de 4 a 5 estrellas, prefieren comida típica y ancestral por la estrecha relación con nuestra cultura peruana.

Finalmente, los restaurantes deben trabajar con propuestas gastronómicas únicas e innovadoras para satisfacer esta demanda, siendo favorable estos datos para crear nuevas oportunidades de oferta gastronómica. Los restaurantes sostenibles trabajan de manera ecoeficientes a través del buen uso del agua, energías y control de insumos, cuentan con sus biohuertos de los cuales se abastecen con plantas aromáticas, verduras frescas, frutos; para elaborar sus platos en su gran mayoría con insumos locales y aprovechando las temporadas.

Restaurante contactless

unahALDÍA, 02 de noviembre de 2021

Ante la preocupación de fortalecer y generar confianza en los comensales, se hace necesario generar seguridad, sumado al cumplimiento de los protocolos establecidos por el MINSA, es de necesidad renovar la gestión de operaciones dentro del restaurante, donde la tecnología sumará en ello.

La filosofía contactless, cuyo objetivo es reducir los contactos con personas y objetos, es de importancia para mantenerse en el mercado. La esencia de esta filosofía es eliminar todo lo que pueda ser tocado por muchas personas en algún momento, como lo señala "en la cocina magazine"

Requiere de tomar conciencia desde la exposición de los clientes externos e internos al contagio de enfermedades por contacto directo, siendo necesario analizar la ruta de un cliente. Iniciando desde el ingreso al restaurante tradicional al tocar la perilla de la puerta para abrirla y de allí toda su estancia en el local en contacto con múltiples objetos, este sistema busca evitar situaciones de riesgo.

Conocer esta ruta, registrar las instancias de contacto son ingredientes para elaborar un plan del restaurante que funcione como contactless. En función a ello se determina los cambios a seguir, ponerlo en marcha y realizar los ajustes necesarios, La tecnología será una

buena inversión, por los cambios en la gestión y la reducción de los contactos. Entre los diversos formatos a emplear sería la carta digital para tener el menú en la aplicación móvil, siendo necesario una app en la que instalará el menú fácilmente de ubicar. El cliente al consultar le será muy práctico y sencillo manejar y leer la propuesta gastronómica y lista de precios, solicitando su pedido antes de ingresar al local.

Las pantallas también son favorables, ubicadas estratégicamente donde el comensal lectura desde su mesa, siendo un formato moderno que requiere de una inversión inicial para su efectividad.

La modalidad actual de los códigos QR, que le permite al comensal escanear el código con su smartphone y lograr acceder a la carta, suficiente con exhibir el código en la mesa y lugar visibles del restaurante para facilitar los pedidos. La ventaja de ello es que no requiere de materiales, pero las personas que dispongan de un celular lo pueden usar. También te permite mantenerlo actualizado para un mensaje claro sin recurrir a gastos de materiales.

Los pedidos llegan automáticamente a la cocina evitando contactos con otras personas, generando disponibilidad del mozo para consultas o traslado de los platos solicitados, en otros restaurantes el cliente es quién retira su pedido hacia el lugar destinado para el fin.

Finalmente, las puertas con células detectoras de movimiento y presencia, se abren y cierran sin que nadie las toque. En los servicios higiénicos, la automatización de grifos, dispensador de jabón, secamanos, cisternas y detectores que ponen los dispositivos a funcionar cuando es necesario. La cancelación a través de Google pay, Apple pay, Samsung pay, Bancos virtuales Paypal o square, acortan el tiempo de espera en caja, son beneficiosos para la gestión de los restaurantes en estos tiempos.

Informe mundial sobre las mujeres en el turismo

unahALDÍA, 09 de noviembre de 2021

Es de necesidad difundir las conclusiones fundamentales y recomendaciones del Informe mundial sobre las mujeres en el turismo-2da edición, publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Dicho plan de acción establece medidas para ayudar a los involucrados del sector público y privado con el fin de impulsar el desarrollo del turismo y empoderar a las mujeres.

Los actores que intervienen para el fortalecimiento y desarrollo turístico como, las instituciones públicas, los prestadores de servicios turísticos, gobiernos regionales, locales, gremios turísticos, organismos no gubernamentales y comunidad están convocados a utilizar este plan de acción, en temas de empleo, emprendimiento, liderazgo, políticas y toma de decisiones, educación y formación, comunidades y sociedad civil y medición para las mejoras políticas.

Es fundamental resaltar las acciones en el tema de empleo que ayuden a tomar medidas con respecto a la brecha salarial entre hombres y mujeres que se desempeñan en el campo turístico, abordar la protección social, el trabajo no remunerado de las mujeres, el acoso sexual en las trabajadoras del sector y comunidades que viven del turismo y visitantes, institucionalizar estrategias de igualdad de género en el sector y desafiar los estereotipos de género en las ocupaciones del turismo.

Sobre el tema de emprendimiento, se recomienda trabajar para garantizar que los negocios turísticos de las mujeres puedan formalizarse con el fin de contribuir a la inclusión financiera de las mujeres, expandir y diversificar el acceso de las mujeres a los mercados para un comercio justo de sus productos y servicios, promover el acceso y uso de las plataformas digitales de turismo, permitiendo ser competitivos y con miras a la mejora continua.

Fundamentalmente en temas de liderazgo, políticas y toma de decisiones, trabajar por el equilibrio de género en la alta dirección de las compañías turísticas, garantizar que se respete las políticas de la organización internacional del trabajo sobre maternidad y

responsabilidad de cuidado, apoyar activamente la representación y el liderazgo de las mujeres en los sindicatos.

Con respecto a educación y formación, encargan ejecutar programas de formación que permitan fortalecer las aptitudes interpersonales, creación de redes de contacto para encaminar a las mujeres al progreso profesional y estar preparadas para un mercado cambiante e innovador.

En el campo de comunidad y sociedad civil, dar mayor voz a las mujeres en la toma de decisiones, garantizar que la igualdad de género se cumpla en la práctica, apoyar el fortalecimiento de las redes turísticas para empoderar a las mujeres del sector.

Y finalmente, las recomendaciones que se hace, en establecer medidas para las mejoras políticas, destacan las acciones de recabar periódicamente datos estadísticos desagregados por sexo en temas de empleo del sector, brechas salariales, emprendimiento, educación, liderazgo, uso del tiempo y conciliación entre vida laboral y personal, llevar a cabo análisis de género, consultar a los agentes de la sociedad civil, dicha data; se sugiere ser compartidas con los organismos rectores en materia turística a nivel nacional e internacional.

Innovaciones en Airbnb

unahALDÍA, 26 de noviembre de 2021

AirBedanBreakfast.com nombre original de Airbnb. Es una compañía estadounidense que opera en online el mercado de alojamiento, principalmente con casas de familias para alquilar por vacaciones y turismo, no posee propiedades, pero se beneficia de recibir comisiones de cada reserva. Viene operando desde el año 2008 fundada por Brian Chesky, Natham Blecharczyk y Joe Gebbia.

Su lanzamiento para noviembre de 2021, fue en los Ángeles, California, dónde Brian Chesky manifiesta que ha pensado en cómo todo el mundo ha cambiado. Y cómo nuestras vidas están cambiando, la gente durante siglos ha estado atada al lugar donde trabaja, lo que significaba que no podía ir muy lejos, conectados al campo, la fábrica y la oficina. La llegada de la pandemia puso al mundo de cabeza, se produjeron cambios masivos. Uno de estos grandes cambios para

millones de personas es que ya no están atados a su lugar de trabajo, pueden ir a cualquier lugar y trabajar desde donde estén. Ahora las personas tienen una sensación de libertad que antes no tenían. Lo primero que hago es buscar donde poner mi laptop y empezar a trabajar gracias a la tecnología.

Airbnb edición noviembre 2021, está rodeada de una fantástica e inspiradora ilustración de paisajes como desierto, bosques, campos de nieves y en varios cubos hay alojamientos únicos, como casas alpinas y faros como opciones a los viajeros modernos y flexibles para conseguir estadías a través de Airbnb.

En mayo de este año lanzaron “Búsqueda flexible”, con flexibilidad en las fechas o destinos de viaje, ya se usó 517 millones de veces. Con sus categorías de alojamientos únicos, casas del árbol, casas alpinas, islas enteras privadas y piscinas increíbles. También tienen la categoría Luxe como alojamiento más extraordinario del mundo con servicios de 5 estrellas. También casas singulares como dormir en un zapato en Nueva Zelanda, un ovni en Reino Unido o una serpiente con muchas ventanas en México y una forma de una gran papa Russet en Idaho.

Está presente en muchos países como solución a ello, implantaron “Translation Engine” esta herramienta traduce las reseñas, muy útiles para elegir tu alojamiento y, pronto, más de 5 millones de anuncios activos se traducirán a 62 idiomas diferentes.

También crearon la Revisión de las prestaciones de accesibilidad, para atender a la comunidad de personas con discapacidad. Los agentes de Airbnb revisaron y confirmaron la veracidad de estas prestaciones de 25 000 alojamientos en todo el mundo, incluyendo la casa del árbol para atender este segmento.

Otro punto innovador es el verificador de wifi, herramienta que permite ver la velocidad del wifi antes de reservar “wifi rápido, a 168 Mbps, todos los huéspedes pueden hacer videollamadas y transmitir videos”.

Finalmente, Air Cover ofrece una protección amplia para los anfitriones, un seguro de responsabilidad civil de un millón de dólares, protección de limpieza profunda y daños de mascotas. Casi el 60% de las pernoctaciones en la UE durante el primer trimestre del 2021 fueron de zonas menos pobladas.

Tendencias claves para viajes memorables

unahALDÍA, 01 de diciembre de 2021

Expertos en viajes de lujo se citaron en Elevate, conferencia y feria comercial virtual internacional organizado por Global Travel Collection en el mes de octubre del 4 al 7 del 2021. Un evento exclusivo, con el tema de reinvention, reunió a más de 800 asesores de viajes de lujo junto con 300 proveedores de viajes para tratar en sesiones networking, talleres educativos y de entretenimiento, con el objetivo de inspirar a asesores y proveedores a reinventar el futuro de los viajes. Los asesores de viaje participantes como Andrew Harper, Colletts Travel, All Star Travel Group, In the Know Experiences, Protravel International, ALTOUR, R. Crusoe & Son. Líneas aéreas y otros como American Airlines, Delta Air Lines, Marriott International y United Airlines, Singapore Airlines y la Organización Nacional de Turismo de Grecia. Mostraron sus últimos productos e innovadoras ofertas para el viajero cada vez más exigente.

Turismo in, dio a conocer que estando próximo al 2022, la demanda de viajes impulsa el crecimiento de nuevas tendencias basadas en el “turismo de experiencias”, caracterizada por servicios y actividades únicas y memorables. Los expertos destacan como principales características la elección de destinos exóticos y lejanos, experiencias de viajes que impresionen al viajero y la anticipación con la que reservan sus próximas travesías.

El turismo de experiencias es disfrutar de servicios y actividades únicas y memorables, más allá de tiempos, costos o facilidades. Aquí se hace fundamental ciertas consideraciones de viaje, como realizar reservas, ya que muchos prestadores de servicios turísticos tienen reservas hasta mediados del 2022, permitiendo confirmar la planificación anticipada de los viajes, con ello se justifica en contratar un asesor de viajes con el fin de reducir contratiempos.

Sobre la elección de los destinos, serán favorecidos lugares de experiencias nuevas e intensas, respaldado con el tiempo de espera para iniciar sus viajes, los de mayor demanda presentan paisajes y panoramas exóticos y se encuentran distante a la urbe.

Otro factor es el de contar y seguir aplicando los requerimientos y protocolos sanitarios, se mantendrá en el 2022, tendrán como preferencia lugares seguros y de fácil ingreso.

Sus preferencias y elecciones, también giran en torno a las actividades relacionadas con el arte, la moda y la variada gastronomía, estos viajeros quieren experiencias más impresionables. Gran parte de esta demanda solicita espacios y servicios eco amigables, los expertos aseguran que esto ira en incremento, ya que buscan la sostenibilidad en sus viajes.

En el tema de alojamiento prefieren los que brinden de manera adicional entretenimiento y variadas actividades culturales para visitar teatros, ecomuseos, exposiciones temporales de arte, cata de vino, maridaje de quesos, entre otros, donde el mayor lujo es descubrir nuevas experiencias. Con respecto a los medios de transporte, existe un incremento considerable en el número de reservas para el 2022 y 2023, siendo el de mayor demanda los cruceros en ríos, muy alentador para Perú poder potenciar travesías a través del Amazonas garantizando seguridad y salubridad con actores del destino.

Nuevas modalidades de turismo de aventura

unahALDÍA, 09 de diciembre de 2021

Hablar de turismo de aventura en nuestro país es de importancia por el crecimiento acelerado que se presenta en esta nueva normalidad y nacen nuevas modalidades o nuevas prácticas que requiere de actualización reglamentaria. Siendo el turismo de aventura una de las prioridades en esta nueva normalidad. Roberto Sánchez Actual ministro de Comercio Exterior y Turismo firmó la resolución ministerial N°197-2021-MINCETUR de fecha 19 de noviembre del 2021, que incrementa 6 modalidades más a la ya existente con el fin de implementar medidas y reglamentación a favor de la seguridad de los pasajeros o usuarios, promoviendo a la par actividades al aire libre.

Estas seis modalidades que no figuraban son: columpio extremo; escalada en árboles, vía ferrata, zipline bike y puente tibetano siendo la edad mínima para la práctica de estas modalidades de doce (12)

años, stand up paddle siendo la edad mínima para la práctica de esta modalidad de ocho (08) años.

Las definiciones dentro del reglamento considera a columpio extremo que consiste en balancearse en un asiento atado a través de cuerdas a una estructura diseñada e instalada para estos fines; escalada en árboles que consiste en la escalada y descenso vertical de árboles, con el soporte de cuerdas para el desplazamiento; vía ferrata consiste en desplazarse por una ruta por la cual se puede escalar a la cumbre de una montaña rocosa o hacer una travesía por la misma con ayuda de instalaciones artificiales de acero u otros tipos de materiales; zipeline bike consiste en el desplazamiento de una persona en una bicicleta acondicionada para esta actividad a través de dos cables de acero y con poleas sujetas a dos extremos de plataformas de estructura de soporte; puente tibetano consiste en atravesar cañones, ríos o pasos verticales, compuesto por cuerdas o cables adicionales: dos paralelas para ambas manos, uno inferior para los pies y otro que une a quién lo práctica, finalmente un stand up paddle que consiste en desplazarse por la superficie de un río, lago, laguna u océano en una tabla, en donde el usuario va de pie con un remo que lo impulsa.

Las otras modalidades aprobadas el 2018 mediante Resolución Ministerial N°083-2018-MINCETUR son Turismo de Aventura: Ala Delta, Barranquismo, Buceo, Cabalgata, Canopy / Zipline, Ciclismo, Esquí, Escalada, Espeleología o Exploración de cuevas, Kayak, Kite surf, Parapente, Puentismo, Rápel, Sandboard y Tabla a vela.

Finalmente, Izaguirre, K periodista de Hosteltur manifiesta que "Muchas veces, las normas generan cambios en la vida cotidiana, dando pasos por delante de las sociedades e incluso las industrias. Pero otras veces es la realidad la que impulsa la actualización de las leyes. Y esto último es lo que sucedió con el turismo aventura en Perú." Es una invitación a la práctica los deportes de aventura dentro de la región Ayacucho por contar con el sello Safe travels y los protocolos de bioseguridad, apostando por la reactivación del turismo con responsabilidad en nuestra región.

Congreso nacional de periodismo y turismo

unahALDÍA, 14 de diciembre de 2021

Fue organizado por City & beaches Benidorm, Cátedra de estudios turísticos Pedro Zaragoza ORTS Universidad de Alicante y sergestur Servicios de Gestión Turística en colaboración de Turisme Comunitat Valenciana, Costa Blanca Alicante- Spain y Ajuntament Benidorm de fecha 02 de diciembre de 2021, donde se trataron 5 temas puntuales: Futuro, Turismo, Periodismo; Destinos turísticos , economía, comunicación y sociedad; Entre algoritmos y fakes; Cambio de modelo en comunicación turística y finalmente la Información en tiempo real.

Asumiendo la tarea de fomentar una alianza entre los comunicadores profesionales y el sector turístico para entender y enfrentar las nuevas tendencias, las conclusiones a la que arribaron fueron:

Primera mesa: Futuro, periodismo, turismo se hizo presente Manuel Molina Editor Hosteltur, Alexis Villanueva Ramos Director de Comunicaciones y Marca Agencia Catalana de Turismo y Ana Bustabad Jefa Redacción Expreso.info, siendo moderadora Esther Eiros Periodista y directora Gente Viajera OndaCero El periodista debe entender la diversidad de los destinos e identificar al visitante, volver a la fuente, siendo honesto, generando credibilidad y humildad para el servicio al público lector, pensando en la sostenibilidad con un futuro prometedor dentro de la industria de la felicidad.

Segunda mesa: Destinos turísticos: economía, comunicación y sociedad. Jorge Marichal presidente Cehat y Ashotel, María José Aguiló Vice - presidente FEHM- Baleares, Rebeca Avila Periodista y comunicación del grupo Accor Hotels, y moderador Francisco José Benito Periodista Diario información de Alicante. La confianza es primordial en la información, comunicación con calidad donde los periodistas y empresarios del sector turístico deben generar empatía y adaptabilidad a la situación externa.

Tercera mesa: Entre algoritmos y fakes. Ignacio Vasallo Periodista especializado Federación de escritores de turismo (FEPET), Natalia

Caballé Imagen y comunicación Hoteles Servigroup, Nuria Montes secretaria general HOSBEC y moderadora Erica Sánchez Periodista y bloguera, Corro y soy mujer. Las nuevas narrativas empleando las redes sociales requiere de un interlocutor más interactivo de buena praxis, el turismo requiere una comunicación veraz, los fake news o noticias engañosas no funcionan y devalúa al periodismo.

Cuarta mesa: Cambio de modelo en la comunicación turística. Pau García Solbes Periodista y bloguero El Pachinko, Juan Daniel Núñez Periodista y editor Smart Travel News, Cristina Candel Fotoperiodista de la revista Viajar, Angela Gonzalo de Moral Periodista especializada TVE Y RNE, moderador Fernando Valmaseda CEO RV Edipress y miradas viajeras radio y tv. El elemento fundamental de la comunicación turística es la pasión, la sinceridad, es oportuno para emprender proyectos de comunicación con marca personal y lenguaje emocional adaptados a las plataformas con un mensaje adecuado.

Finalmente, la quinta mesa: Marketing e Información en tiempo real. Manel Pérez Subdirector y periodista especializado en economía de La Vanguardia, Manuel Campo Vidal Periodista y profesor de comunicación, Eva Ballarín Turismo & Horeca industry expert, como moderador Javier García Antón Periodista y exdirector en Diario del Altoaragón. Concluyen que hoy el cliente exige respeto al territorio, destinos anfitriones, embajadores y genera una felicidad transgeneracional ante la diversidad de lectores.

Forma de viajar esta navidad por la COVID

unahALDÍA, 21 de diciembre de 2021

El 26 de noviembre, la Organización Mundial de Salud, y el grupo consultivo técnico sobre la evolución del virus SARS-CoV-2 en inglés, clasifica la variante B.1.1.529 de este virus denominado con la letra griega ómicron, este grupo indica que presenta varias mutaciones que podrían afectar las características del virus. En Sudáfrica y en todo el mundo, los investigadores realizan un gran esfuerzo en estudiarlo para conocer mejor los aspectos de esta variante.

La variante llegada a Europa vuelve a amenazar el sector turístico. Sin embargo, hay estudios realizados por Booking, que afirma

que más del 60% estarán dispuestos a realizar viajes para disfrutar sus vacaciones y el 70% no le importa el destino, solo quieren viajar para disfrutar las fiestas navideñas.

Frente a este panorama, también se observa, y a diferencia de otros años, el presente año se han realizado reservas con mucha anticipación. La Asociación Corporativa de Agencias de viajes especializados (ACAVE), proporciona datos de que un 54% de las reservas se realizaron antelación de dos a tres meses y un 30% con un mes de antelación, de sufrir cancelaciones se mantienen positivas.

Smarttravel, afirma que, las agencias de viajes prevén un incremento de reservas para navidad y el año nuevo de un 10 % comparado con el año 2020.

La estimación que hace la Escuela de Management en Turismo, de una recuperación total del turismo ha darse en 2023 o 2024, siendo oportuno seguir formándose y prepararse para los nuevos retos venideros del sector turístico.

En España casi el 80% de la población están vacunadas, ello sirve como razón fundamental para elegirlo como destino turístico, siendo otras razones los precios, calidad que generan desplazamientos de países como Portugal, Francia y otros países nórdicos. Los destinos que más demanda presentan para esta época de fiestas navideñas dentro del territorio español son: Andalucía, Madrid, Barcelona y Canarias.

Para EuropaPress (agencia privada de noticias líder en España)) el 2022 la tecnología desempeñará un factor de suma importancia, siendo crucial en el mundo turístico para responder a la flexibilidad de los usuarios con el fin de tener la oportunidad de reservar incluso a último momento.

El turismo sostenible, según Ostela (una de las más prestigiosas escuelas de negocios de España, turismo y hospitalidad- EAE Business School), pasará a preocuparse de la protección de los sitios turísticos a visitar con el respeto al patrimonio cultural y natural. Impulsando los viajes como el Ed-ventures que combina los viajes con educación y los slow travel viajes centrados en entornos completamente naturales y alejados de la población, preocupados por el entorno y con muchas ganas de recorrer el mundo tomándose el tiempo necesario en cada

parada para conocer la cultura y vivir experiencias auténticas, serán productos estrellas en el 2022 para las agencias de viajes.

Finalmente, en nuestro Perú las agencias de viajes, inician a operar comprometidos con la sostenibilidad ambiental y la reducción de la huella de carbono, ofertando viajes diferentes.

Ofertas de viaje para celebrar el año nuevo

unahALDÍA, 28 de diciembre de 2021

Recorre nuestro país de manera segura con las ofertas de ¡Y tú qué planes! Para celebrar el año nuevo, apostando por el turismo interno.

¡sé un viajero responsable! Para ello es necesario saber y cumplir con las medidas de bioseguridad del establecimiento y destino que elijas. Toma de temperatura, lava y desinfección constante de tus manos y calzado, respetar el distanciamiento físico y horarios para uso de espacios comunes, solicitar el cambio de ropa de cama, contar con un pequeño kit de bioseguridad que contenga mascarillas extra, toallitas desinfectantes, gel desinfectante para manos, termómetro y jabón personal. También ¡se un turista responsable con el medio ambiente! Al visitar las áreas protegidas identificarse en los puestos de control autorizado, respetar las rutas y transita por los caminos implementados, utiliza envases o bolsa reutilizables, cumple con las normas de conducta y respeta las indicaciones transmitidas por el guía de turismo.

Las ofertas se inician con:

Ayacucho histórico (4 días/3 noches, S/.405) Incluye: alojamiento, desayunos continentales por 3 días, traslado del aeropuerto al hotel, tours: city tours Ayacucho, Vilcashuaman, Complejo Wari, Pampa de Ayacucho y entradas a los lugares a visitar.

Cusco Panorámico (5 días y 4 noches a S/. 1089) Incluye 4 noches de alojamiento en habitación doble con desayuno incluido, traslado aeropuerto hasta el hotel, tours al valle sagrado de los incas con noche en Ollantaytambo, Machu Picchu y columpio en los cielos.

Fin de semana Tarma (2 días /1 noche, S/.245) Incluye 1 noche de alojamiento hotel de 2 estrellas, 2 almuerzos regionales, traslado del

terminal al hotel, Tours: Valle de Chanchamayo: Catarata el Tírol, comunidad nativa Asháninka, La Merced.

Tour en yate Islas Palomino - Callao (medio día - Half day S/. 119) Incluye tours: Isla San Lorenzo, Frontón, Cavinzas y Palomino y breve parada para nadar con los lobos marinos.

Full day Paracas e Ica Aventura (S/. 105) Incluye tours visita a la laguna de Huacachina, Bodegas vitivinícolas, Islas Ballestas, Cata de vinos y piscos y Bahía de paracas.

Churín y Chancay Full relax (2 días / 1 noche, S/. 590) Incluye: alojamiento, 2 desayunos, 1 almuerzo, traslado Lima - Churín - Lima. Tours: Castillo de Chancay, Ciudad de Sayán, Baños termales de Churín, boletos de ingreso.

Cajamarca especial (5 días/ 4 noches, S/. 390) Incluye: alojamiento 4 noches, 4 desayunos y almuerzos típicos, traslado estación del bus o aeropuerto, Tours: City tour, Ex hacienda la Colpa, Complejo Arqueológico Cumbemayo, Ventanillas de Otuzco, Complejo turístico Baños del Inca, Namora y Lagunas San Nicolás.

Finalmente, para los Enamorados de la selva (3 días/2 noches, S/. 360) Incluye: alojamiento 2 noches, 2 desayunos, 3 comidas, 2 cenas, traslado, Tours: Navegación por el Amazonas, Italaya, Nanay y Momón, Serpentario Javier, Cruce de Aguas Nanay y Amazonas, Avistamiento de delfines rosados y grises, Pilpituwasi, excursión nocturna en selva virgen, visita al trapiche artesanal, canotaje por el río Momón. Tienen muchas opciones más, visita la página de ¡y tú qué planes!, aprovechas las ofertas turísticas.

Los staycation ivacaciones en casa!

unahALDÍA, 05 de enero de 2022

Hablar de vacaciones es hacer referencia al periodo de paralización de actividades habituales, donde se suspenden las obligaciones de los estudios o trabajos de manera temporal, siendo ideal emplear este tiempo al descanso, ocio y turismo. Durante este tiempo muchos nos permitimos modificar nuestras rutinas de ocio con el fin de

realizar actividades placenteras que no podemos realizar en época de clases o trabajo.

En definitiva, las vacaciones permiten reducir el estrés y mejorar la productividad o desempeño durante el año, fomentando el desarrollo social y crecimiento económico a partir del turismo. El contexto actualmente nos mantiene con gran incertidumbre, donde se hace necesario generar buena actitud para no debilitar nuestro sistema inmunológico.

Ya el 2018 la revista española de la National Geographic, publicó un artículo de interés titulado “staycation: otra forma de viajar”, es un término inglés compuesto donde “stay” significa quedarse, estar y “vacation” de vacaciones, el cual se traduce “vacaciones en las que te quedas en casa”, ¿Suena triste, verdad?, pero aquí viene lo mejor, las staycations son ideales para equilibrar el contexto que vivimos, cuando el presupuesto no permite gastar en un gran viaje, o visitar nuevos lugares, esta tendencia nos permite disfrutar de lo que tenemos dentro del entorno, muy cerca de nosotros, sin necesidad de cargar maletas que permite a familias enteras relajarse sin salir de su ciudad, haciéndose posible redescubrir infinidad de espacios muy encantadores, desde reconocer y apreciar más la arquitectura de las edificaciones, parques temáticas, museos, bosques, lagos, ríos, casonas, recreos turísticos, complejos turísticos con diversas experiencias de servicios muy innovadores, casas de campo, villas, estancias de nuestra serranía, entre otras que permiten fortalecer los lazos familiares, el amor en pareja y las relaciones amicales.

Si nos preguntamos, ¿Cómo organizarse?, pues recordemos que muchos prestadores de servicios turísticos hoy emplean las redes sociales como estrategia de promoción, con una gran oferta de experiencias innovadoras, precios accesibles, que permite a uno visitar repetidamente los establecimientos con programas que incluyen actividades diversas, muy rotativas. Será necesario averiguar lo nuevo que se ofrece cerca de ti y lograr disfrutar de momentos únicos.

Visita tu ciudad apreciando la belleza que existe en ella, muchos están declarados como parte del patrimonio cultural. Visita los museos, realiza un tour gastronómico, excursiones, ciclismo; hoy nos toca ser

turistas en nuestra propia ciudad, apreciando lo local, redescubrir nuestro patrimonio cultural y natural frente a una realidad cambiante las staycations se mantendrá como tendencia el presente año favoreciendo el crecimiento del turismo interno con multitudes de experiencias que necesariamente provocará repetir el lugar que visites. Las medidas de protección son un factor importante y perdurará.

Finalmente, lo fantástico inicia en cada despertar, una buena actitud hace la diferencia para muchas experiencias enriquecedoras de la vida, enfrentando con valentía las vicisitudes que se nos presenta, una visita a las áreas naturales cercanas, actividades deportivas en familia o amigos serán una excelente opción para la salud espiritual, física y mental.

Prioridades del MINCETUR en 2022

unahALDÍA, 11 de enero de 2022

Roberto Sánchez actual Ministro de Comercio Exterior y Turismo de Perú (MINCETUR), aseguró en su discurso que el turismo interno, el receptivo con aseguramiento de los protocolos, el desarrollo sostenible, la conectividad, las inversiones, todo con un enfoque de inclusión serán sus prioridades en temas turísticos del presente año.

También aseveró que su cartera realiza un trabajo integral y con enfoque inclusivo a nivel nacional, con el fin de resolver los problemas latentes y la crisis que vive nuestro país.

Como resultado de su trabajo, se hace interesante la oficialización de la Mesa Ejecutiva de Turismo conformado por 6 ministerios, se suman el sector privado y otros subsectores, para que en conjunto evalúen y se tome las decisiones de reactivación del sector.

El presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), Carlos Canales manifestó que “para el turismo es muy importante que haya voluntad política”. Se puso en marcha muchos programas concursables como:

Turismo emprende se amplió hasta 2025, destinándose por año hasta S/. 2.5 millones para financiar subvenciones concursables a micro y pequeñas empresas de turismo orientadas a la conservación,

sostenibilidad, desarrollo económico y desarrollo de espacios turísticos. Durante el 2021, se desarrolló dos concursos por S/ 47.5 millones beneficiándose 624 empresas turísticas de las diversas regiones del Perú, con cofinanciamiento de hasta S/ 80 mil para impulsar sus negocios.

Otro programa es "Diseña tu estrategia turística" forma parte de las estrategias de reactivación económica aprobada mediante Resolución Ministerial N° 186-2021-Mincetur, en modalidad de postulación beneficiará a 6 mil guías y licenciados de turismo hasta por un monto de S/ 30 millones de soles. Muchos de los postulantes presentaron propuestas con nuevas experiencias turísticas potenciales con el fin de articular al mercado diversificando los productos y destinos turísticos del país. Cuyos fondos no reembolsables.

También, "Somos artesanía" registra 1 886 ganadores con una subvención de S/ 5 000, siendo las regiones de Puno un 15%, Cusco con 13%, Arequipa con 10% y Piura con 9.5% con mayor número de ganadores. Mincetur destinará S/ 9 millones 430 000 para los acreedores del concurso, la lista de ganadores fue publicado con Resolución Ministerial N° 226-2021-MINCETUR, cuyos fondos son para uso exclusivo de insumos, materia prima, pago de mano de obra vinculado a la artesanía, adquisición de herramientas, equipos y reposición de activos fijos.

Finalmente, Otras herramientas de créditos a favor de las MiPymes, como el FAE turismo, al 31 de diciembre de 2021 asignó un total de 215 millones 360 099 soles a diversas entidades financieras con el fin de seguir apoyando a estas unidades productivas, se logró gestionar la flexibilidad desde el ministerio con los requisitos, cobertura, plazos del crédito para lograr que más empresas se beneficien, estratégicamente emplearon subastas como el realizado el 29 de diciembre de 2021, adjudicándose 24.7 millones de soles en fondos de garantía a la Caja Municipal de Ahorro y Créditos Huancayo, Maynas, Caja rural de Ahorro y Créditos Raíz entre otros.

Turismo y volcán activo

unahALDÍA, 19 de enero de 2022

En Guatemala hay más de 30 volcanes, siendo El Fuego en permanente erupción dentro de Centroamérica y después de dos años el turismo regresa a escalar y acampar al llegar la noche en las laderas del volcán Acatenango para observar el volcán El Fuego. Joa Rivas dice "Estoy sorprendida de lo bello que es, primera vez que estoy visitando un volcán y tuve la oportunidad de ver la erupción en toda la noche, fue sorprendente, pudimos ver la combinación de los rayos del sol con la erupción del volcán".

Carlos Alonzo, dio a conocer en France 24, que, a raíz de la fuerte erupción del 3 de junio de 2018, se prohíbe escalar el cono de El Fuego (3763 m. s. n. m) ubicado al suroeste de la capital entre las provincias de Escuintla, Sacatepéquez y Chimaltenango, que dejó 215 muertos y daños en la carretera del poblado de Alotenango ubicado frente al volcán El Fuego.

La guía Rony Guerra, manifiesta su satisfacción por el retorno de turistas extranjeros con el fin de apreciar el macizo tras la paralización por la pandemia Covid-19, cada semana se hacen viajes con pequeños grupos, de unos 400 turistas entre nacionales y extranjeros que escalan el Acatenango para ver la erupción del volcán El Fuego.

Por otro lado, en Tonga el Volcán submarino Hunga Tonga y Hunga Ha'apai, dos islas conectadas por un cráter volcánico que erupcionó durante 8 minutos que pudo escucharse a más de 800 km de distancia, con humo y ceniza con 20 km de altura y 260 km de diámetro según la BBC News, desató un Tsunami en el Pacífico Sur el 15 enero 2022, puso en alerta a todo el planeta. Con consecuencia en el archipiélago y a 10 000 km del volcán, en Perú el oleaje anormal provocó la muerte de dos personas. En Japón y Chile, generaron alertas de tsunami. Según la Oficina Nacional de Administración Oceánica y Atmosférica de Estados Unidos, tres cuartas partes de la actividad del planeta corresponde a erupciones submarinas. Y el Museo Nacional Marítimo de Reino Unido indica que algunos oceanógrafos estiman que en el océano pacífico hay un millón de volcanes.

Finalmente, en una columna de opinión titulado “Ayacucho, tierra de volcanes” del Instituto Geofísico del Perú - IGP. Marco Rivero investigador científico del IGP el 13 de julio de 2021, dio a conocer que dentro de la región Ayacucho permanecen dos volcanes activos: Sara Sara a 5505 m.s.n.m. y el Cerro Auquihuato a 4980 m.s.n.m. ubicadas en el extremo norte de la cadena volcánica del sur del Perú. Siendo de carácter eminentemente explosiva, la que expulsaría cenizas y eventuales flujos de lava, perjudicando alrededor de once poblados ubicados en un radio de 30 km de ambos macizos, donde habitan más de veinte mil personas dedicadas a la agricultura y ganadería. El Instituto Geofísico del Perú a través del Centro Vulcanológico Nacional debe estar preparado para generar alertas a la región.

Consumidores del 2022 & la tecnología blockchain

unahALDÍA, 26 de enero de 2022

Los consumidores actuales son más sensibles en temas de sostenibilidad y se encuentran muy ansiosos por regresar a sus actividades prepandémicas, según Pymesworld para los consumidores de hoy, dentro de los factores de importancia sobre las que giran sus decisiones de consumo prevalece en primer orden el bienestar personal en reflejo de la pandemia, se suma el entorno siendo el cuidado ambiental una prioridad, en tema de tecnología se implanta el comercio electrónico, con relación a los derechos son defensores acérrimos de sus derechos, exigen transparencia en todos los ámbitos a las marcas y buscan ser completamente sostenibles en sus consumos.

Por otra parte, Boston Consulting Group (consultoría global) encontró que un 34% de los consumidores cambiaron su marca de ropa preferida a otra con prácticas ambientales y con gran responsabilidad social, con el fin eliminar el carbono de la atmósfera, por ejemplo, como la agricultura regenerativa en la Patagonia. Tener en cuenta que el consumidor de hoy es más sensible y lápida a la empresa con suma facilidad a través de los medios digitales, al ver plásticos innecesarios, productos contaminantes, la falta de compromiso con la comunidad, entre otros.

Spoonshot menciona que en 2020 creció el interés por la salud un 30% en los medios de consumo y un 29% dentro de los medios comerciales, produciendo una sinergia alimentaria en alimentos con múltiples beneficios para la salud.

Los consumidores están gastando en diversas actividades de las que les privó la crisis sanitaria; turismo, eventos, esparcimiento en museos, discotecas y bares, otros. Deloitte, aplicó una encuesta en 2021, donde el 68% se sienten seguros de regresar a sus lugares de trabajo, sobre los servicios turísticos un 60% están dispuestos a consumir. El grueso del consumo global lo representa la generación z, ya que tiene un poder adquisitivo, está generación confía en los microinfluencers o comunidades pequeñas, analizan e investigan al detalle antes de elegir la compra.

Los consumidores son más críticos e inteligentes, desean transparencia y sinceridad de las empresas, reforzados en el uso de las redes sociales, aquí se hace necesario el uso de la tecnología blockchain es hoy una de las herramientas estratégicas para el 55% de las organizaciones según la Encuesta Global Blockchain 2020 - Deloitte.

Don & Alex Tapscott, define a la tecnología blockchain como “Un libro de contabilidad digital incorruptible de transacciones económicas que se pueden programar para registrar no solo transacciones financieras, sino prácticamente todo lo que tiene valor”, también esta tecnología cumple la función de registrar, conservar y proteger la información en las operaciones digitales, carente de terceros.

Finalmente, en el aspecto financiero el blockchain, cuenta con ofertas iniciales de monedas con empresas que ofrecen tokens virtuales, contratos inteligentes sin mediación de terceros, pagos internacionales gracias a la criptomoneda de los bancos, siendo fundamental para las empresas implantarlas en su sistema de gestión con el fin de reducir riesgos y agilizar las operaciones virtuales.

Best tourism villages

unahALDÍA, 02 de febrero de 2022

Este programa beneficia a los pueblos rurales, muchos países, dentro de ellos Perú en su calidad de socios reciben apoyo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) para mejorar áreas identificadas a través de una red de pueblos electos, que intercambian experiencias de buenas prácticas del turismo sostenible, cuyos objetivos están orientado a personas, prosperidad y el planeta.

Con respecto a las personas trata de reducir las desigualdades regionales en ingreso y desarrollo, de luchar contra la despoblación rural, progresar en la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y jóvenes, mejorar la educación y el desarrollo de habilidades.

Sus objetivos orientados a la prosperidad, figura la de promover la transformación rural y fortalecer la capacidad de tracción, fortalecer la gobernanza multinivel, las alianzas y la participación activa de las comunidades, mejorar la conectividad, infraestructura y el acceso a la financiación y la inversión, avanzar en innovación y digitalización, innovar en el desarrollo de productos y la integración de la cadena de valor.

En relación al planeta tiene los objetivos de promover la correspondencia entre los sistemas alimentarios sostenibles, equitativos y resilientes y el turismo para preservar la biodiversidad, el patrimonio cultural y la gastronomía local, avanzar en la conservación de los recursos naturales y culturales, promover prácticas sostenibles para un uso más eficiente de los recursos y una reducción de emisiones y residuos.

El sello Besyt turismo villages es un reconocimiento a los destinos que apuestan por el desarrollo sostenible bajo las vertientes económico, social y medio ambiental y destacados en turismo rural carga de patrimonio cultural y natural por promover los valores, productos, que buscan en bienestar en las comunidades rurales.

Ser parte de la Best tourism villages permite hacer del turismo un motor del desarrollo rural en bienestar de las comunidades, permite comprometerse con la sostenibilidad y formar parte de una red mundial de destinos rurales. Los requisitos que deben cumplir son tres, 1ero

relacionado a población debe ser de poca densidad poblacional y un máximo de 15 000 habitantes, 2do territorio gozar de paisajes con práctica de actividades tradicionales como agricultura, silvicultura, ganadería o pesca, y 3ero la sociedad que comparta valores y estilo de vida de la comunidad.

Las áreas que se evalúan para ser considerado como tal, van desde recursos culturales y naturales, promoción y conservación de recursos culturales, sostenibilidad (económica, social y ambiental), potencial y desarrollo turístico e integración de la cadena de valor, gobernanza y priorización del turismo, infraestructura y conectividad, salud, seguridad y protección.

Finalmente, la OMT da a conocer la lista de los Best Tourism Villages en diciembre del 2021 donde figuran 44 pueblos de 32 países de las cinco regiones del mundo, de los cuales figura Ollantaytambo-Perú, actualmente vuelve la segunda edición, aquí el enlace para que puedan tener mayor información al respecto (<https://www.unwto.org/tourism-villages/en/the-initiative/>). Recientemente Bkassine, Lebanon, forma parte de la red como fuente de oportunidad y motor para el desarrollo sostenible de los pueblos.

Metaverso y viajes

unahALDÍA, 10 de febrero de 2022

El metaverso describe una visión de un mundo virtual 3D conectado, donde el mundo real y digital se integran a través de la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR), a este universo se puede acceder a través de dispositivos como gafas de realidad aumentada y aplicaciones para teléfonos inteligentes. Los usuarios se comunicarán con avatares digitales, explorarán nuevas áreas y crearán contenido. El metaverso se convierte en un espacio virtual colaborativo donde se socializa, juega, trabaja y aprende. Es y será cada vez más posible comprar (con las criptomonedas) cosas en el metaverso, hasta inmobiliarias.

Gómez - Business Insider menciona que el metaverso empieza a ser conocida como la nueva gran plataforma y algunos expertos estiman

un valor potencial de 800 000 millones de dólares para 2024. Promete numerosas oportunidades y alternativas para infinidad de industrias.

Business Insider España consultó a expertos y directivos del sector turismo, y muchos coinciden en que el metaverso no puede sustituir al turismo que conocemos a día de hoy. José Serrano, Profesor de Turismo Universidad Europea de Canarias, señala, que tendrá aplicabilidad en algunas partes del sector, difícilmente cambiará la forma en la que consumimos el turismo, vive de experiencias, del contacto, de desplazarte, no va a sustituir la esencia del porqué y cómo viajamos.

Para Antonio López de Ávila CEO Tourism Dara Driven Solutions, el metaverso per se sería la destrucción del sector turístico por los viajes virtuales, pero la gente querrá hacer viajes para vivir sitios nuevos.

Alberto Gutiérrez, fundador y CEO Plataforma Tours guiados Civitatis, es tajante y manifiesta que nada puede sustituir a la experiencia en sí, será muy rentable para infinidad de personas hasta que estalle, visiona como un negocio futuro.

Silvia Avilés, directora de Tourism Innovation Summit, comenta "Pensar que la experiencia virtual sustituirá completamente a la física es olvidarnos por completo de todo el poder y experiencia que supone un viaje donde experimentar, estar presente es el objetivo, las experiencias virtuales son complementarias o nuevos canales de comunicación"

Según López de Ávila el metaverso puede ser una opción para inspirar y emocionar con el futuro viaje, probando sensaciones de distintos tipos de actividades, lo que podrá ser un paso más allá en la venta de la experiencia turística, siendo una herramienta de marketing muy potente. Para promocionar marcas y destinos.

El cofundador de MOGU Platform Héctor García, manifiesta que, es también la plataforma para que los turoperadores digitalicen su servicio, con clientes premium que están interesados en comprar alojamientos turísticos dentro del sector inmobiliario.

Luis Buzzi, socio de Turismo en KPMG, "En definitiva, ayudará a alinear las expectativas del viajero con la experiencia que realmente vaya a vivirse", cubrirá sin duda ese afán experiencial del ser humano a

la hora de descubrir paisajes, culturas y modos de vida como modelo promocional y de contratación directa.

Finalmente, su potencialidad en la aplicación hotelera, las compañías ya ofrecen una visión de sus habitaciones con visual tours 3D.

Carnavales en algunas regiones del Perú

unahALDÍA, 14 de febrero de 2022

Los tradicionales carnavales ayacuchano y cajamarquino el 2018 registraron alrededor de 23 000 visitantes y 900 000 visitantes respectivamente y Pasco más de 5 000 visitantes el 2015, fuente según las DIRCETURES correspondientes.

La fiesta del Carnaval Ayacuchano declarado patrimonio cultural de la nación un 04 de diciembre de 2003, constituye una tradición conservada con sentimiento festivo y una propuesta testimonial que hace gala de la creatividad andina por la mixtura de lo indígena y mestizo y de gran tributo a la Pachamama con carácter ritual. El carnaval Ayacuchano y los Festivales “Vencedores de Ayacucho” y la Tinya de Oro” son organizados por la Federación de Instituciones Provinciales de Ayacucho (FEDIPA) y la Federación Interdistrital de la Provincia de Huamanga (FIPHA), desde su declaratorio mediante Resolución Directoral Nacional N°868/INC, del entonces Instituto Nacional de Cultural actualmente Ministerio de Cultura. Siendo precedente su declaratoria por la conservación de la identidad cultural a través de la música y danza, que debe preservarse por constituir una expresión de la identidad regional y nacional.

Sobre el carnaval cajamarquino, declararan patrimonio cultural de la nación a la copla y contrapunto del carnaval de Cajamarca, mediante resolución viceministerial N°117-2017-VMPCIC-MC, con fecha 27 de junio de 2017. Considerando la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación - Ley N°28296 el numeral 2 del artículo 1, señala que “integran el Patrimonio Inmaterial de la Nación las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones, expresadas por individuos de manera unitaria o grupal, y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad, como expresión de la identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente, tales como los idiomas, lenguas y dialectos

autóctonos, el saber y conocimiento tradicional, ya sean artísticos, gastronómicos, medicinales, tecnológicos, folclóricos o religiosos, los conocimientos colectivos de los pueblos y otras expresiones o manifestaciones culturales que en conjunto conforma nuestra diversidad cultural"; la Copla o contrapunto del carnaval se remonta al periodo de la conquista española de América, donde se introduce la copla, el cantar y el romance como género lírico. Para la literata Quiroz señala que tuvo proceso dentro de todo Hispanoamérica con múltiples estilos de poesía popular con métrica y rimas de carácter discursivo, siendo por ello la copla y contrapunto cajamarquino una expresión local por proceso de transculturación dentro de la tradición oral y poesía popular.

Finalmente, la herranza de Pasco y Daniel Alcides Carrión, declarado patrimonio cultural mediante Resolución Viceministerial N° 714-2011-VMPCIC/MC, manifestación que expresa la historia economía y cultura de la región Pasco, dedicada a la ganadería, con rituales andinos como la marcación o señalakuy del ganado con actos de ofrendas, música y danza solicitando la protección a los espíritus de los jircas o cerros para celebrar la fertilidad de los ganados, se considera la herranza como la fiesta más importante que reúne cada año a la población ganadera de la región y a familias enteras que migraron por la pobreza del sector rural.

Huella de carbono y los viajeros

unahALDÍA, 24 de febrero de 2022

Mediante la pandemia, los viajeros son más juiciosos al cuidar nuestro planeta para revertir la problemática del cambio climático tratando de cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible siendo una de las primordiales características del perfil del nuevo viajero. Estudios realizados por Global Environmental Change entre agosto de 2019 y octubre de 2020, sobre las intenciones de los viajeros dieron como resultado que un 95.5% de los pasajeros de una aerolínea en Suiza rehusó la opción de compensar la huella de carbono (CO₂) al momento de reservar su vuelo. Los diferentes webinar realizados afirman que un porcentaje de consumidores están dispuestos a pagar por productos ecoamigables o sostenibles, pero ello quedaría en entredicho dentro del contexto.

Santana (periodista de Hosteltur) dio a conocer que “El trabajo ‘Disposición a pagar por las compensaciones de dióxido de carbono: evidencia de campo sobre las preferencias reveladas en la industria de la aviación’, en el que se examinaron casi 64.000 reservas de una aerolínea suiza que opera a nivel mundial, recoge que si bien muchos viajeros aseguraron defender la sostenibilidad cuando vuelan, de hecho solo en el 4,5% de todas las reservas se aceptó pagar una compensación por la huella de carbono.

Dichos datos concluyen en que compensar adecuadamente las propias emisiones de su huella CO₂, no se ve reflejado en el comportamiento de la gran parte de los viajeros, pese, aunque es su coste bajo, los clientes lo perciben como caro. Existe disposiciones del precio en el Esquema de comercio de emisiones de la Unión Europea que pasa de 90 euros por tonelada en diciembre de 2021.

Dicho trabajo pone al tapete la necesidad de diferenciar las intenciones y preferencias que declaran los viajeros frente a la efectividad de pagar más. Los investigadores, focalizaron el estudio en los pasajeros aéreos y concluyen que pueden focalizarse a otros campos para medir el comportamiento de los usuarios en protección de nuestro planeta.

Por ello ven más fiable avanzar lo más rápido posible en la producción del combustible sintético (proceso químico del hidrógeno) como energía renovable que esperar los pagos voluntarios de CO₂.

En Perú a través del Ministerio del ambiente, la huella de carbono es una herramienta verificada por GHG INVENTORY VERIFICATION SGS - ISO 14084-1, que permite reconocer a instituciones públicas y privadas que gestionan la emisión de gases de efecto invernadero en beneficio ambiental. Los sectores empresariales que son parte de esta herramienta que crecen sostenida y competitivamente son de agricultura, ganadería, silvicultura, minería, construcción, industria, financieras y de seguros, servicios administrativos y de apoyo, transporte, otros. La huella de carbono Perú reconoce el esfuerzo de las organizaciones a través de estrellas desde 1 hasta 4 estrellas. Estrellas que se obtienen de manera gradual al generar sus reportes de huella de carbono, complementando con información a las emisiones directas, indirectas y cuenta con una guía de usuario y finaliza con una frase motivadora “Súmate al cambio por un país climáticamente responsable”.

El cambio climático es más mortal que el coronavirus

unahALDÍA, 02 de marzo de 2022

Los informes de advertencias que lanzaron este lunes los científicos de la ONU sobre los efectos del cambio climático en las personas y planeta, por el colapso de los ecosistemas, extinción de especies, olas de calor y las inundaciones son algunos de los múltiples riesgos climáticos inevitables a los que el mundo se enfrentará en los próximos 20 años en consecuencia al calentamiento global.

Hoesung Lee, presidente del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) dijo " Este informe es una grave advertencia sobre las consecuencias de no haber tomado medidas", siendo una amenaza muy grave para nuestro bienestar y el planeta - ecosistemas vulnerables, recordemos que en la Conferencia sobre el Clima de las Naciones Unidas en Glasgow (COP26) se acordó intensificar las medidas para limitar el calentamiento global a 1,5°C.

Frente a ello, Guterres, secretario general de la ONU, denominó al primer informe como "Código rojo para la humanidad", presentó el grave panorama desde la lucha contra la pandemia de COVID-19, lucha contra el cambio climático, el incumplimiento de los derechos humanos, la falta de ética en la ciencia, el incremento de la división entre ricos y pobres y los bloques geopolíticos. También declaró "Esto es una acusación moral del estado de nuestro mundo. Es una obscenidad. Hemos aprobado el examen en Ciencias, pero no el de Ética".

El informe revela que el carbón y otros combustibles están asfixiando a la humanidad, Guterres exhortó a los gobiernos del G20 (compuesto por Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, EE UU, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Reino Unido, Rusia, Sudáfrica, Turquía y la Unión Europea) cumplir sus acuerdos, dejar de financiar la energía basada en el carbón en el extranjero y sus propios países.

Consecuencias notorias se viven en África, Asia, América Central y del Sur, en las pequeñas naciones insulares y en el Ártico que presenta una grave inseguridad alimentaria e hídrica.

Las 10 especies más amenazadas por el cambio climático según la Organización Mundial de Conservación (WWF) al 2021 son: Tortuga laúd dentro del océano Atlántico, Índico y Pacífico afectados en su reproducción y composición poblacional; café arábigo para el 2050 la tierra apta para su producción disminuirá hasta un 88%; Pingüino Emperador afectados por el escaso hielo marino y no alcanzan a desarrollar el plumaje impermeable para sobrevivir; Arrecifes de coral de aguas cálidas si el calentamiento alcanza los 2°C, éstos se extinguirán; Leopardo de las nieves se ven afectados por la alteración de los climas montañosos; Hipopótamo la sequía les provoca deshidratación e incluso la muerte; Rana de Darwin las altas temperaturas facilita el brote de nuevas enfermedades mortales; Mono ardilla de vanzolini una sola inundación extrema podría acabar con ellos; Abejorro se han desplazado a tierras frías y otros desaparecieron; Frailecillo atlántico los fuertes vientos y lluvias afectan para bucear y encontrar alimentos. Concluimos con ausencia de liderazgo frente al cambio climático.

Mujeres líderes empresariales del mundo

unahALDÍA, 08 de marzo de 2022

Iniciamos con Julie Sweet, estadounidense es CEO de Accenture orientado a servicios de sistemas de tecnología de la información de software para la mejora de procesos para gobiernos, proveedores, empresas, organismos transnacionales. "Accenture está con el pueblo de Ucrania y los Gobiernos, empresas y personas de todo el mundo pidiendo el fin inmediato al ataque ilegal y horrible contra el pueblo ucraniano y su libertad", declaró la consultora, que hará una donación de US\$ 5 millones a ONG implicadas en la ayuda al país del este de Europa. Empleaba a 2 300 personas en Rusia, anunció el cierre de su negocio por el conflicto, no opera en Ucrania, pero asiste a sus colaboradores ucranianos. (Gestión, 2022)

Gina Diez Barroso representa a México, cuya empresa de gran trayectoria Grupo Diara, autora de más de 650 proyectos residenciales, con oficinas en México y Estados Unidos, 8 filiales con más de 600 empleados. Desde 1992 a través de su Fundación Diara busca

erradicar la violencia familiar y prevención de bullying en las escuelas. Además, el 2004 crea una universidad con carreras en áreas creativas en formación empresarial, oferta 7 licenciaturas, 18 postgrados y 200 cursos de educación continua. Su Fundación Pro-Educación Centro otorga 1000 becas cada año a estudiantes destacados. Para ella no existe la palabra empodera, ya que nadie te empodera, y lo resume en que la mujer debe encontrar el poder que lleva dentro, que le hace dueña de sus propias decisiones y ese poder no implica dominio. (Dalia Empower, 2022)

Sheryl Sandberg estadounidense y directora de operaciones en Facebook desde el 2008, primera mujer en formar parte de la junta directiva en Facebook, contribuye drásticamente al incrementar los ingresos de redes sociales, por publicitar las pequeñas empresas incrementando los ingresos en 21% durante el 2020, con \$84,200 millones (Forbes, 2022). Su primer libro "Lean In: Women, work, and the Will to lead" trata sobre liderazgo, desarrollo empresarial y de interés para mujeres que quieren alcanzar sus metas y para hombres que luchan por una sociedad equitativa. Creó Leanin.org, que ayuda a mujeres agueridas por alcanzar sus ambiciones. Afirma que: "Un mundo verdaderamente igual sería aquel en el que las mujeres administraran la mitad de nuestros países y las empresas y los hombres manejaran la mitad de nuestros hogares". (Tentulogo, 2022)

Finalmente, Gwynne Shotwell Presidenta y COO de SpaceX, empresa estadounidense de transporte espacial fundada por Elon Musk, la NASA realizó un contrato con la empresa por 5 mil millones de dólares por 12 vuelos de carga a la Estación Espacial Internacional, como ingeniera aconseja que "Si no estás mirando al futuro, o tratando de mejorar las tecnologías actuales, entonces te quedarás atrás" (Linares, 2020), las mujeres tenemos el poder de reconstruirnos ante muchos obstáculos de la vida, la valentía de ser perseverantes es fundamental en todos los aspectos de la vida, decide liberarte hoy, somos la creación divina, nacidos para triunfar, despierta el poder interior ¡Feliz día de la mujer!

EL primer ciudadano virtual del mundo

unahALDÍA, 17 de marzo de 2022

Hoy nos toca difundir un tema de actualidad integrado con la inteligencia artificial y el desarrollo turístico, muchos países apuestan a través de diferentes estrategias reestablecer el flujo turístico, y siendo Malta un estado de Europa meridional, goza de islas y está ubicada a 90 km de Sicilia- Italia; pionera en temas de innovación, presentó en la conferencia virtual organizada por el Ministerio de Turismo y Protección del consumidor con el tema: Hoja de ruta del turismo digital 2030. En pleno siglo XXI, su proyecto VisitMalta contempla al primer ciudadano virtual del mundo llamada Marija impulsado por la inteligencia virtual, siendo un ser virtual interactivo entrenado para ayudar a los turistas con datos históricos de Malta y toda información necesaria y en tiempo real de las islas maltesas. Lleva un mes de vida y dio inicio a su viaje de aprendizaje para generar una base de conocimientos que se incrementarán con el tiempo. Estará disponible en aplicación móvil, en varios idiomas para hacer de anfitrión ante los visitantes. (Smarttravel, 11 de marzo, 2022)

VisitMalta dio nacimiento a Marija creado en cooperación con Reimagine AI, cuya imagen en 3D, muestra a una mujer típica maltesa, con un lenguaje con sistema léxico considerado en la pronunciación maltesa. La tecnología y el turismo con acelerados cambios, permite a Malta posicionarse como bastión digital dentro del escenario internacional a través de alianzas en difíciles momentos, pero con mucho tacto de seguridad y firmeza, siendo Malta un referente en el mundo digital. (Bartolo. Ministro de turismo y protección del consumidor)

Esto convierte a Malta en un destino de experiencia para lo visitantes, un país visionario con destinos para el ocio, diversión, negocios e innovación, siendo una consistente estrategia digital. (Usher. Presidente de Reimagine. AI)

En Perú, mediante una nota de prensa el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en búsqueda de incrementar la seguridad turística y mejorar la experiencia de los visitantes, el 10 de marzo del 2022, se dio a conocer que se viene coordinando acciones con la Red de Protección al Turista, para elaborar el plan preventivo y de

fortalecimiento de capacidades operativas de la policía de turismo, que es muy limitado en nuestro país, encontrándonos próximo al feriado largo de semana santa, reactivar la economía como política del estado y generar empleo.

Siendo de urgencia dar una mirada para reflotar el Sistema Nacional de Transformación Digital en temas de seguridad turística que consiste en la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los visitantes dentro de un destino turístico, que incluye a los prestadores de servicios turísticos y los anfitriones como comunidad receptora. Recordemos que los turistas valoran la seguridad en primer lugar al momento de elegir y programar su visita a un determinado destino turístico. Será estratégico trabajar empleando la tecnología y la inteligencia artificial dentro de la Red de Protección al Turista en paralelo con las oficinas de información turística.

Shanghai Disney Resort y crecimiento del turismo (contexto mundial)

unahALDÍA, 24 de marzo de 2022

La noticia a través de un recordatorio amistoso Shanghai Disney Resort (24/03/2022), dando a conocer la situación actual de la pandemia, los parques temáticos permanecerán cerrado temporalmente desde el 21 de marzo, incluido Disneyland, Disneytown y Wishing Star Park. Donde informan que se proporcionará el reembolso o cambio a todos los huéspedes durante este período. Y se les notificará tras confirmar la reanudación de sus operaciones. La decisión de la empresa, fue tomada en función a dato proporcionados por la Comisión de Sanidad de Shanghai sobre la confirmación de 758 casos de COVID-19, siendo 734 asintomáticos y que va en ascenso. Estos niveles son los más altos en dos años en China, ya que trabajaron estratégicamente con tolerancia cero contra la pandemia. (Hosteltur, 21 de marzo, 2022)

Con referencia a, las ferias internacionales en turismo rebasan lo previsto. El Mobile Word Congreso (MWC) a pesar del conflicto bélico en Ucrania tras el ataque de Rusia. El evento recibió más de 61. 000 asistentes de casi 200 países, generó un impacto económico para Barcelona con más de 240 millones de euros y la firma de 6. 700 empleos temporales. La feria turística MITT de Moscú, contó con la

participación de 17 países. Otro Borsa Mediterránea del Turismo (BMT) Italia - Nápoles, participaron 400 expositores, registrando un total de 10. 500 visitantes profesionales. También se ha celebrado la 45° edición del Salón Mundial de Turismo de París. Todos realizados este mes de marzo. (Santana, Hosteltur, 23 marzo de 2022).

Con lo que respecta a, los vuelos reservados por semana santa, tienen cifras que superan los del 2019, con ventas de más de 400. 000 asientos comprendidos en 2. 307 vuelos, que arribarán en la comunidad Andaluza - España, recuperándose por completo el mercado turístico, con esta cifra de récord histórico.

Con respecto a, nuestro Perú, según nota de prensa dado a conocer por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) con fecha 15 de marzo de 2022, durante los meses de enero y febrero se realizó un total de 3,4 millones de viajes por turismo interno, siendo los principales destinos turísticos visitados, dentro de este bimestre: Ica, Lima, Piura, Junín, Ancash, Arequipa, San Martín, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, Cusco, Tumbes, Moquegua, Ayacucho; un 46,7 % hicieron uso de alojamientos de hospedaje, cuyo gasto promedio fue de s/. 594, registrando una permanencia promedio de 6 noches. Sobre el turismo receptivo, entendamos ello la visita de turistas extranjeros, durante este primer bimestre del año en curso, llegaron 133 875 turistas internacionales.

Y fin, luego de reuniones con la comisión multisectorial, el gobernador de Ayacucho, mediante nota de prensa, dio a conocer que, oficializará la actividad religiosa de Semana Santa desde la Basílica Catedral de Ayacucho, la fecha de celebración se inicia el 10 de abril y culminará el 17 de abril, en estricto cumplimiento de las medidas sanitarias, con la finalidad de reactivar la economía de la región.

Startup de ecoturismo “RUTOPIA”

unahALDÍA, 01 de abril de 2022

El hablar de emprendimiento siempre se encontrará sujeto a la innovación, es fundamental identificar las economías más innovadoras del mundo, tomando en cuenta la clasificación del Índice Mundial de Innovación (GII) al 2021, en primer lugar, se ubica Suiza, seguido de Suecia, Estados Unidos, Reino Unido y Corea, nos preguntamos ¿Qué

¿lugar ocupa nuestro Perú? Dentro de las 132 economías destacadas en el GII 2021, Perú ocupa el puesto 70 dentro del índice de innovación global 2021, siendo uno de los siete rangos del pilar GII para Perú sumándose los puestos de Productos de conocimiento y tecnología 87, Infraestructura 78, Salidas creativas 77, Instituciones 70, Capital humano e investigación 53, Sofisticación del mercado 38, y Sofisticación de negocios en el puesto 37. Siendo el mejor desempeño de Perú en sofisticación de negocios y el punto débil en conocimiento y salida de tecnología. (World Intellectual Property Organization- WIPO, 2021).

Uno de los premios por emprendimiento social es el Premio Hult o Hult Prize, que brinda programas y capacitaciones a más de un millón de estudiantes en el mundo con a finalidad de construir un mundo mejor, apoya a empresas que nacen en universidades que resuelvan los problemas sociales. Un Startup de ecoturismo México Rutopía en el 2019 gana el premio mundial Hult Prize. Una empresa creada por estudiantes y egresados del Tecnológico de Monterrey, dentro de ellos, Emiliano Iturriaga, Sebastián Muñoz, Diego Espinoza y Leslie Pérez, ganadores de entre más de 20 mil proyectos de diversos países del mundo. El premio de un millón de dólares como capital semilla para el crecimiento de esta empresa (Ruiz 2019).

Sobre RUTOPÍA, es una empresa social que ayuda a conectar a los viajeros del mundo con una red de anfitriones de comunidades rurales de México, con el fin de hacerles conocer sus riquezas turísticas y gran parte del patrimonio cultural y natural, el eslogan que emplean es "Viaja diferente, conecta con comunidades", oferta el ecoturismo comunitario basado en experiencia únicas, rompiendo el esquema del mercado tradicional o convencional. En la actualidad cuentan con una página web avalado por Safe Travels, Organización Mundial del Turismo, Forbes, Sello de seguridad turística de México, Las Naciones Unidas. Su eslogan dentro de la plataforma es "Viajes únicos en México. Hechos a tu medida", ofrece alimentos únicos, guías locales apasionados, lo más importante cuenta con la certificación B Corp, siendo un movimiento global de personas transformadoras, que emplean empresas bajo un concepto de impacto positivo para la sociedad. La empresa se esmera en cumplir estándares de responsabilidad social y ambiental.

En Perú existen varias plataformas para apoyar en temas de emprendimiento, una de ellas KUNAN como plataforma de fortalecimiento al ecosistema de emprendimientos sociales y ambientales, cuenta con una RED KUNAN de más de 190 emprendimientos.

Referencias:

- Ruiz, R. (14 de setiembre de 2019). *Startup de ecoturismo mexicano Rutopía gana premio mundial Hult Prize*. <https://acortar.link/yKfinh>
- WIPO. (2021). *Global Innovación Index 2021: Perú*. <https://acortar.link/wazlmC>

Ecommerce hotelero

unahALDÍA, 06 de abril de 2022

Para SiteMinder la tecnología hotelera es un factor de suma importancia para el turismo, actualmente, gracias a acelerado desarrollo tecnológico los hoteles pueden diseñar sus propias aplicaciones y servicios, gestionados desde una plataforma.

Sankar Narayan - director general y consejero delegado de SiteMinder, afirma que: «Hoy en día, muchos hoteles se enfrentan a las dificultades para incorporar talento, el aumento de costes y huéspedes más exigentes que nunca. Además, se ven frenados por la parálisis en la toma de decisiones, derivada del abrumador número de tecnologías existentes en el mercado; la fricción a la hora de elegir e interconectar servicios y aplicaciones, debido a que muchos proveedores no tienen en cuenta que los hoteleros son consumidores omnicanal y esperan una experiencia centrada en el cliente; y la accesibilidad, porque no disponen de medios para escalar las soluciones de comercio. En consecuencia, el negocio y la maximización de los ingresos pasan a un segundo plano» (SMARTTRAVEL, 5 de abril, 2022)

SiteMinder (2022). Este ecosistema de canales de reserva y gestión a través de aplicaciones, permite mejoras en el área comercial, marketing, gestión del negocio y rentabilidad del negocio. Todo ello hace denominarlo como el channel manager líder en el mercado como plataforma de comercio hotelero del mundo, con premios recibidos the

people's Choice Award de Hotel Tech Report por la dedicación que brinda a sus clientes, por ser mejor canal gestor, mejor integrador de mercados, el mejor motor de reservas; premios logrados el 2022. Los beneficios resaltantes:

Su channel manager facilita y optimiza la distribución en una amplia gama de canales de reserva, donde cada reserva es importante. La conexión con Booking.com, Expedia, Airbnb y Agoda permite la conexión con más de 450 canales de distribución e incluido el Sistema de Distribución Global (GDS), con conexiones rápidas y fiables, aumentando tus reservas en un 40%.

Mejora el alcance y la distribución de un hotel, permitiendo aumentar las reservas, ingresos por la integración entre los gestores de canales líderes en el mercado y un sistema de distribución global que te permite conectar con las principales agencias de viajes y turismo, siendo más de 600 000 agencias y proveedores de viajes de negocios, impulsa las estancias largas consiguiendo las reservas más rentables, atrae más reservas para viajes de negocios, manteniendo la tasa de ocupación alta sostenidamente durante el año, diversifica tus fuentes de ingreso aprovechando espacios, salas de conferencia, zonas para eventos. Empleo de varias redes de GDS como Sabre, Amadeus, Apollo, Worldspan o Galileo de travelport, y olvídate de utilizarlo por separado, por razones de costes.

Destaca en las principales webs de viajes como Google Hotel Ads, Trivago y TripAdvisor. Las metabúsquedas permiten a los viajeros ver tarifas, inventario de los hoteles, haciendo más fácil comparar los precios y disponibilidad.

Referencias:

SMARTTRAVEL. (5 de abril de 2022). SiteMinder lanza una plataforma para acelerar la digitalización del eCommerce hotelero. <https://acortar.link/mg3R4j>

SiteMinder (2022). Te damos la bienvenida a la plataforma de comercio hotelero líder del mundo. <https://www.siteminder.com/es/>

Perspectivas de la industria de viajes 2022

unahALDÍA, 14 de abril de 2022

De acuerdo al informe de Similarweb, las visitas web de aerolíneas y hoteles se incrementan en fusión a que los consumidores están listos para realizar viajes después de la pandemia. Los viajes aéreos se detuvieron duramente a principios del 2020 al 2021 debido al COVID-19, presentándose signos de mejora a inicios del 2022, según estimaciones de Similarweb, el incremento positivo de los viajes continúa a un ritmo acelerado, después de dos años del denominado "Vacaciones en casa", gran parte de la población vacunada, disminución de los brotes de la pandemia, la eliminación del mandato de máscaras, fortalecen la industria de los viajes.

Los agentes de viajes en línea (OTA) observan un incremento en el tráfico, desde 30.6 mil vistas en abril de 2020 a 130.7 millones el 2022, aún por debajo del máximo previos a la pandemia, según Similarweb, el sector de alojamiento repunta en los sitios web desde alquiler vacacionales prestados por Airbnb.com. Algunos mercados con requisitos estrictos por la pandemia, se muestran en aumento en los viajes de destino, entretenimiento local dentro de las regiones.

Dentro del entorno macroeconómico, la situación ha mejorado en comparación con el año pasado, por la llegada de las vacunas covid efectivas, existen latentes factores exógenos como las nuevas variantes que podría moderar el repunte de la industria de viajes, además a pesar de la tasa de ahorro personal durante la pandemia, puede caer en 2022 por el aumento de la inflación, problemas de la cadena de suministros, la guerra extendida entre Rusia y Ucrania, (en febrero de 2022, la inflación aumentó un 7,9% interanual frente al 7.5% del mes enero), el impacto negativo de los consumidores puede ser aún mayor, por la inflación reducida y el aumento de los costos de las necesidades, vivienda, atención médica, precios en aumento por problemas en la cadena de suministros que incrementa el precio de flete y materia prima, que afecta los consumidores de todos los niveles socio económicos.

La demanda de las aerolíneas está lista para despegar, recuperándose de manera gradual, por visitar a amigos, parientes; luego con la apertura de destinos nacionales y mercados

internacionales como México y el Caribe que permanecieron abiertos al turismo de viajeros estadounidenses. Los cambios que agudizaron por la preferencia de los viajeros por aerolíneas de bajo costo a expensas de las aerolíneas de “servicio completo” tradicionalmente dominantes, la demanda creciente de visitar amigos y familiares y la poca frecuencia de vuelos, jugaron con las fortalezas de aerolíneas low cost, como Southwest Airlines, Spirit Airlines y Frontier Airlines para ofrecer un servicio “sin lujos” a los viajeros conscientes de su presupuesto.

En Perú las principales operadoras líneas aéreas son Latam y Sky chilenas y la nueva Jetsmart Airlines Spa - Perú, su flota moderna emplea combustible ecológico.

Referencias:

Similarweb. (31 de marzo de 2022). Similarweb's 2022 Travel Industry Insights Report Visits to Airline and Hotel Websites Are Up as Consumers Are Ready to Travel Post-Pandemic. <https://acortar.link/xyuYQn>

Consortio para atraer al turismo de calidad

unahALDÍA, 21 de abril de 2022

Considerar los modelos de desarrollo y la forma de gestionar de la posicionada marca española, es fundamental dentro de la coyuntura en que vivimos, España en su afán de buscar salidas para el fortalecimiento y desarrollo sostenido de la actividad turística, presentó a Spain is Excellence, consorcio de turismo y cultura que fomenta la colaboración pública y privada orientada al turismo de lujo. Promovido por Elite Excellence y la federación Española del Lujo, (Hosteltur, 2022).

Esta iniciativa nació tras el lanzamiento exitoso de “Madrid como capital del lujo”, un turismo de lujo realizado por personas de nivel socio económico alto, que optan por alojamientos u hoteles boutique y restaurantes de mayor categoría, turistas que buscan comodidad, evitan perder el tiempo en tramites o esperas, para vivir experiencias únicas; considerando lo referido por la Directora General de Spain is Excellence, Ana Alonso “en España tenemos una riqueza cultural equiparable a la de un continente, pero no hemos sabido vender nuestro país fuera de nuestras fronteras”. Por ello el objetivo del consorcio será

"dar a conocer España" y "atraer a un turista con mayor poder adquisitivo". (Hosteltur, 2022)

Cuya estrategia es involucrar a la administración pública y empresas privadas con el fin que a través de la consultoría permita potenciar los destinos, promocionarlo al extranjero, orientado a captar viajeros con mayor capacidad de gasto. Presentaran los destinos de lujo en Estados Unidos, México y otros países centroamericanos y sudamericanos. Dentro de Europa en Escandinavia y Suiza; en Asia orientado al mercado chino y países del Medio Oriente. Emplearan para ello la participación en ferias internacionales, acciones con influencers nacionales y extranjeros o los fam trips que son viajes de cortesía que se ofrecen a operadores turísticos, conocido también como viajes de familiarización, que usualmente se realiza en rutas turísticas nuevas o innovadas, aprovecharan los segmentos vacacionales de alta gama, turismo MICE o de reuniones, promocionando a España para los viajes corporativos o de incentivos, en cuanto al presupuesto para ejecutar la labor de auditoria el plan inicial contempla medio millón de euros aproximadamente. La semana santa fue positivo para muchos países con el incremento de visitantes.

En Ayacucho las celebraciones de Semana santa, se vivió excesos y descontrol, ante el descontrolado arribo de visitantes, se hace de necesidad medir la capacidad de carga de hoteles y restaurantes; y tomar modelos de desarrollo como el español, orientar este destino al turismo de lujo, para tener un mejor control de los arribos, de completarse las plazas no permitir el ingreso de más visitantes, por temporada alta. Estas acciones permitirán cuidar de nuestro patrimonio cultural: plazas, Iglesias, ciudad, con miras a un turismo sostenible, se hace propicio trabajar en ello: DIRCETUR, Gobierno Regional, Local, Oficina desconcentrada de Cultura Ayacucho, Sociedad civil organizada, a fin de fortalecer la imagen del destino en temporada alta.

Referencia:

HOSTELTUR. (21 de abril de 2022). Nace Spain is Excellence, un consorcio para atraer al turismo de calidad. https://www.hosteltur.com/151140_nace-spain-is-excellence-un-consorcio-para-atraer-al-turismo-de-calidad.html

Megatendencias del turismo de negocios

unahALDÍA, 28 de abril de 2022

Según la Secretaría de Turismo Federal de México se entiende por turismo de negocios como “el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales y se divide en congresos, convenciones, exposiciones, ferias y viajes de incentivo” (SECTUR en Yarto, 2007:12).

Otro concepto que podemos rescatar sobre el turismo de negocios, según la ICCA (International Congress and Convention Association) “El turismo de negocios es la provisión de instalaciones y servicios a los millones de delegados que anualmente asisten a reuniones, congresos, exposiciones, eventos de negocios, viajes de incentivos y hospitalidad corporativa”

El director general de Turespaña, considera que la gente continúa con la necesidad de reencontrarse de manera presencial, se crea un futuro muy favorable y muy diferente a lo conocido hasta el coronavirus, que dio nacimiento a nuevos productos dentro de la industria de viajes de negocios, haciéndose necesario fortalecer la competitividad para hacer frente las diversas plataformas de reuniones online o webinar, algunas desaparecerán, otras se desarrollarán como nuevas tipologías, los gobiernos y destinos requieren trabajar en sinergia para facilitar esos nuevos desarrollos.

El gerente general o CEO de Nib Travel Anna Gladman, manifiesta que ha evolucionado las expectativas de las empresas, que demandan vivir experiencias sumativas, el producto va a ser diferente con valoración costes - beneficios del turismo de negocios.

Dan Johnson como vicepresidente de identidad Digital y Soluciones Ciber y de Inteligencia de Mastercard, resalta que las motivaciones de viajes y el tiempo que dedicamos se ha transformado, muchos viajarán para hacer negocios alargando sus estancias en los lugares de destino por la flexibilidad que conlleva el teletrabajo.

El director ejecutivo de la Compañía de Turismo de Puerto Rico Mercado, C. da a conocer que estamos en una nueva era que se hace necesario dotarnos de infraestructura necesario frente a las ventajas

competitivas de plataformas de reuniones online, que permiten albergar participantes sin límites, compartiendo información en tiempo real. Para Soriano, J. viajaremos menos pero mejor, de manera diferente como resultado de la digitalización con uso más responsable.

Estas tendencias, hace tomar conciencia de evaluar las condiciones tecnológicas con las que cuenta, desde el MINCETUR con miras de digitalización de los prestadores de servicios turísticos.

En el Perú el titular del MINCETUR señaló que, el denominado turismo de reuniones, turismo de negocios o turismo MICE generaría S/ 42 millones hasta diciembre del 2022, con la presencia de 16 600 participantes, siendo una recuperación vital y de manera progresiva, también se rescata el aporte a la imagen de nuestro país, el estado creara valor en el turismo de reuniones o negocios con eventos sostenibles dentro de las regiones priorizadas como Cusco, Arequipa, Piura, lima, La Libertad, Ica, Loreto, Lambayeque, Tacna y San Martin.

Referencia:

HOSTELTUR. (27 de abril de 2022). El turismo de negocios ha cambiado para siempre: cómo será en el futuro. https://www.hosteltur.com/151225_el-turismo-de-negocios-ha-cambiado-para-siempre-como-sera-en-el-futuro.html

YARTO, E. (2007): Turismo de Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones. Trillas, México.

Ordenación de banderas

unahALDÍA, 06 de mayo de 2022

Se hace importante estudiar la ordenación de banderas, por el alto uso en eventos y actos oficiales; la bandera por ser símbolo de una nación, comunidad, municipio o institución pública o privada. Recordemos que la ciencia que se ocupa del estudio de las banderas es la vexilología.

Por norma general, las banderas oficiales solo deben utilizarse en eventos organizados por las autoridades o cuando estas van a asistir a algún acto como invitados. No debiendo ser utilizados en actos no

oficiales o privados. No deben colocarse juntas las banderas oficiales con las banderas privadas.

La bandera nacional del Perú es de forma rectangular, compuesta de tres franjas verticales con los colores rojo, blanco y rojo, su creación es de autor anónimo, no lleva ninguna inscripción ni escudo u otra insignia que forme parte de ella.

La Bandera Nacional, el Pabellón Nacional, el Escudo Nacional y el Himno Nacional preceden las ceremonias y actos oficiales; según lo establecido por el artículo 1 de la ley N°25246. También el artículo 10 de la Ley N°30630, ley que autoriza el uso e izamiento de la Bandera Nacional nos habla sobre uso de los símbolos de la Patria, siendo como sigue:

- Se iza al tope de la asta a las 8:00 horas y se arriba a las 18:00 horas, siendo obligatorio los días 27,28,29 y 30 de julio, en conmemoración del aniversario de la independencia nacional, y el 9 de diciembre, en conmemoración del aniversario de la batalla de Ayacucho.
- Durante el mes de julio, en conmemoración de la independencia nacional, las municipalidades provinciales y distritales dispondrán de acuerdo de consejo o resolución de alcaldía en su jurisdicción, el enarbolado con la bandera nacional todo inmueble civil, comercial o privados en el territorio nacional.
- Tiene prevalencia y primacía por sobre las banderas extranjeras, regionales, provinciales, distritales y privadas en el territorio nacional.
- Se coloca a media asta únicamente cuando se declare duelo nacional o duelo oficial por ley o decreto supremo.
- Por el alto significado, la bandera nacional no se usa en mal estado, decolorada, rota o sucia.
- Para su izamiento debe tener en cuenta las medidas, características y ubicación establecidas en el reglamento.
- Se prohíbe su uso por organizaciones políticas.
- La base de la asta será de un tamaño proporcional a las dimensiones de la bandera y a la altura de la asta.
- La tela para la confección de la bandera será de tipo de seda llana.

Finalmente, para la colocación de las banderas deberán ser todas del mismo tamaño o nunca mayor que la bandera de honor. La bandera de honor ocupará la posición central, la segunda en importancia se colocará a su derecha, la tercera a su izquierda y así, sucesivamente.

Referencia:

Aprueba el reglamento de la Ley N° 30630, ley que autoriza el uso e izamiento de la bandera nacional y dispone la conformación del comité intersectorial para la difusión de los emblemas nacionales. <https://simbolospatrios.pe/wp-content/uploads/2021/06/DS-FORMULA-LEGAL-SP-VF-28.05.2021-2.pdf>

Villanueva, R. (2012): Gestión de protocolo. <https://acortar.link/Rhylwz>

Actualidad hotelera

unahALDÍA, 17 de mayo de 2022

Hosteltur, recoge los aportes de los máximos directivos hoteleros participantes del Foro Internacional de Inversión Hotelera en Berlín, cuyas siglas son (IHIF), con el tema “Liderazgo para el futuro”, animan al sector a apostar por el cambio, con un estilo de liderazgo en evolución en lo tecnológico.

En primera instancia es grato reconocer a Larry Cuculic, chief executive order (CEO) de Best Western Hotels & Resorts, máximo ejecutivo de la empresa. Tiene bajo su grupo marcas como: *WorldHotels* collection, *Luxury*, *Elite*, *Distinctive*, *Crafted*; *Best Western* Hoteles & Resorts, *Vib*, *Premier*, *Sadie*, *Signature* Colección, *Residency*; *SureStay* Hotel Group, *Hotel*, *Studio*, *Collection*, opera en más de 100 países, que invita a los propietarios a que su estilo de liderazgo evolucione con los tiempos, y reconocer que las responsabilidades de trabajo cambiaron, haciéndose necesario aceptar que podemos cambiar y adoptarnos como líderes cuyas características esenciales están basadas en la buena comunicación, autenticidad y cultura. También nos recuerda que una cultura empresarial positiva es la clave para retener talento, ya que resulta más fácil dejar el trabajo cuando no te sientes parte de la cultura o de la familia empresarial.

Por otra parte, Federico Gonzales Tejera, CEO y presidente de Radisson Hotel Group, Radisson, Radisson RED, Radisson Blu, Park Plaza, Park Inn, Country Inn & Suites, Radisson Rewards y Radisson Meetings son marcas registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de EE. UU. y en otros lugares. Opera en Europa, Medio Oriente, África y Asia-Pacífico, América del Norte y del Sur, asegura que los cambios generados en estos dos últimos años han creado oportunidades para el grupo Radisson, uno de los desafíos en este panorama cambiante es comercializar de manera efectiva, porque tienes que ser relevante para estar allí donde tu cliente va a reservar.

También, Dillip Rajakarier, CEO de Minor Hotels opera en 53 países de Asia Pacífico, Oriente Medio, África, el Océano Índico, Europa y América del Sur, reconoce que la industria hotelera se ha mantenido históricamente bastante atrasada y requiere enfocarse en la transformación digital para asegurar una experiencia sin fricciones a sus clientes, actualmente viene trabajando su propia criptomoneda para que sus clientes lo puedan utilizar abonando los servicios de alimentos y bebidas, spa y habitaciones. Rescata la cultura de su compañía, que se ve impulsada por los valores del emprendedor, sin limitar a los miembros del equipo con políticas y procedimientos que les permite ser totalmente dueños de sus decisiones.

Finalmente, es decisivo tener mejor conocimiento sobre la forma de llegar al cliente y la forma como quiere reservar, estos nuevos retos tienen una estrecha relación con costes, ventas, gestión de personal y digitalización, reconociendo que el avance acelerado añade angustia en los procesos de la gestión hotelera, pero a la vez nos vuelve creativos para enfrentar los cambios, asumiendo los costos de oportunidad, siendo más ágiles al tomar decisiones.

Referencia:

Hosteltur (2022). Los máximos directivos de hoteles animan al sector a apostar por el cambio https://www.hosteltur.com/151453_los-maximos-directivos-de-hoteles-animan-al-sector-a-apostar-por-el-cambio.html

Maarlab: gestor digital del turismo

unahALDÍA, 19 de mayo de 2022

Como gestor digital del turismo futuro Maarlab innova, comparte, impulsa y revoluciona, transforma, creen en un turismo que sueña, se proyecte y persigue el cambio, bajo tres áreas que permite impulsar un negocio digital (Operadores turísticos, desarrollador de soluciones, gestor digital).

Para el operador turístico pone toda su capacidad para vender paquetes a través de ventas directa y se encuentran certificados por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), siendo una asociación profesional de aerolíneas del mundo que representa el 83% del tráfico aéreo, por ello es considerado uno de los principales facilitadores del comercio mundial.

En cuanto al desarrollo de soluciones, enfoca soluciones tecnológicas innovadoras haciendo crecer los negocios en el ecosistema digital.

Y en el área de gestor digital, son expertos en marketing digital, distribución online o data analytics con acompañamiento para hacer crecer las ventas directas.

El CEO y fundador de Maarlab Domínguez, Raúl, refiere en SMARTTRAVEL que, "En los últimos años, la incertidumbre ha condicionado el presente del turismo, pero también su futuro. Lo que hace unos años era una quimera, ahora es una realidad. Estamos asistiendo a una auténtica revolución, donde la tecnología, la sostenibilidad y la conectividad no son solo factores indispensables para el éxito, sino también los ingredientes para un inevitable cambio de paradigma." Considerando que las oportunidades de crecimiento del turismo se están multiplicando, haciendo que las empresas generen capacidades competitivas frente al entorno digital.

Es meritorio mencionar la primera guía turística virtual, gracias a Xbox y Rough Guides, redactada por expertos escritores de viajes, incluye información de los principales puntos de interés turístico, mapas fullcolor con sugerencias de utilidad para explorar diversos territorios, todo en inglés el lenguaje comercial.

Considerando los nuevos perfiles de los turistas, donde prima la experiencia del destino, siendo vitales los estímulos para visitar repetidamente un circuito o ruta turística, sin este factor no puede generarse competitividad dentro del sector.

Meta es otro ejemplo de empresa de tecnología social, siendo el CEO Mark Zuckerberg, como marca corporativa tiene el objetivo de hacer del metaverso una realidad que permita a las personas a conectarse, encontrarse con comunidades y hacer crecer los negocios, empleando realidad aumentada y realidad virtual.

La importancia de la experiencia digital es fundamental en la actualidad, tomada como nuevo paradigma del turismo, traducimos la experiencia digital a través de uso de la web de cualquier empresa o establecimiento, ello jugará un papel importante para la toma de decisiones de los buscadores, comprobándose con esta práctica que el turismo de experiencias releva al turismo tradicional.

Finalmente. Concluimos que el metaverso como mundo virtual, nos permite conectarnos empleando dispositivos de realidad virtual, mixta y aumentada, que simulan o harán sentir que realmente estamos dentro de él, como avatares con identidad digital dentro del ciberespacio, que despierta el interés de los clientes potenciales para el desplazamiento hacia los destinos turísticos.

Referencia:

SMARTTRAVEL (2022). ¿Cómo será el futuro del turismo en la era de los metaversos? <https://www.smarttravel.news/como-sera-el-futuro-del-turismo-en-la-era-de-los-metaversos/>

Uso de drones en hotelería

unahALDÍA, 27 de mayo de 2022

Las nuevas formas de comercializar para nuestro medio, como realizar ventas a través del uso de drones; el e-commerce permite ampliar los mercados y los drones se posicionan como modalidad de entrega de productos desde 2015 liderada por Amazon. Este avance reduce la congestión en las zonas urbanas, permite atender a zonas aisladas, reduce costos de envío, no requiere combustible, reduce las

emisiones de monóxido de carbono (CO), que es uno de los principales gases más contaminantes del medio ambiente. Según Amazon su uso se limita a entrega de paquetes.

Se hace evidente el uso de los drones por la transformación de la tecnología que permite mejoras en la experiencia post compra de los clientes y que puede recibir sus productos en el lugar que desee, frente al incremento de la venta online, las exigencias del consumidor también aumentan y el uso de los drones permite la entrega de productos de manera precisa y confiable.

Yariv Bash, como director general de Flytrex, especialista israelí en entrega de pedidos con drones, señaló que, los drones pueden desplazarse con mayor rapidez, lo que los convierte en una mejor opción para los pedidos que el consumidor desea o necesita con mayor rapidez. Actualmente los drones superan las 25 horas en vuelo, recorriendo 120 kilómetros a más.

El 2020 Walmart en Carolina del norte inicia entregas mediante drones.

El 2022 frente a la evolución tecnológica, permite la aplicación en diversas actividades, siendo ejemplo de ello el uso de drones dentro de la hostelería que brindan servicios de alimentación complementario al alojamiento.

Frente al contexto de la pandemia, por la reducción de contacto humano, el uso de drones aceleró los procesos de delivery mediante drones. Nace así, Aerocamaras en España como fabricante de drones y GEIC empresa especializada en infraestructura portuarias, ambas empresas logran realizar el delivery para los yates de la costa española, extendiendo el servicio a resorts de lujo. Ibiza isla española del mediterráneo fue el lugar piloto para dicha innovación, por la cantidad de embarcaciones recreacionales con alto flujo de visitantes.

La experiencia del usuario comienza al realizar el pedido desde el yate por un celular, puede instalar el aplicativo o utilizar la web DroneToYacht, esta herramienta permite aumentar su base de clientes, tiene la elección de los restaurantes y platillos que desee comer, espera y recibe un dron con el pedido. El restaurante recibe el pedido y los empaqueta y coordina con la empresa operadora de los dones, carga

en el aeronave y programa la entrega, despegando y aterrizando en el lugar preciso donde el cliente espera.

Los dueños de estas iniciativas afirman que el uso de los drones reduce el tiempo de espera en un 70%, pueden trasladar hasta dos pedidos para 4 comensales de manera simultánea.

Finalmente, en Perú la primera empresa en emplear drones fue Retail Ripley, que el 2021 realizó pruebas de delivery con el uso de drones, orientado a mejorar los procesos de entrega.

Las tres patas de la sostenibilidad

unahALDÍA, 01 de junio de 2022

El nuevo reto de los destinos, empresas y anfitriones en la actualidad es transformar el modelo actual de la economía lineal en economía circular, fijado en un cambio del modelo productivo. El III congreso mujer y turismo, celebrado en la Palma este 31 de mayo, puso en debate la circularidad y la digitalización, elementos estratégicos para la sostenibilidad.

Maribel Rodríguez, Vicepresidenta Senior de WTTC, Presidenta Women Leading Tourism (asociación que tiene como objetivo visibilizar e impulsar el liderazgo femenino), refiere que, "la sostenibilidad tiene que estar en el ADN de las empresas si quieren ser competitivas hoy en día", también afirma que el 54% de la fuerza laboral en turismo es femenino, pero prácticamente no hay mujeres en puestos donde se toman decisiones, se necesita herramientas para que las mujeres se incorporen de manera fácil y rápida a los puestos de liderazgo.

También dio a conocer en la revista Hosteltur por Taimana González, sobre la fuga de talentos en el sector turismo, ya que engloba muchas áreas, no es solo haber estudiado una carrera que permita trabajar en un hotel, se necesita de tener ingenieros, matemáticos, expertos en economía, en digitalización, en conocimiento del producto, en servicios; hay que atraerlos con buenos salarios, puestos, flexibles y condiciones agradables, con planes a futuro, de esa manera se hace fácil tener mejor personal y más leal.

Igualmente comenta sobre casos de gestión del talento, como el Caribe donde existen cadenas hoteleras que están facilitando que los empleados se trasladen con sus familias. En la India hay muchas mujeres pilotos, parte de un plan que se vino trabajando desde buen tiempo animando a las niñas a participar de ese sector, generar espacios es una mejor práctica.

Con respecto a que el viajero de hoy es más consciente y responsable, también valora la igualdad de género, siendo uno de los objetivos de desarrollo sostenible el turismo inclusivo, tener igualdad de género e incorporar la accesibilidad, que son algunos aspectos de la sostenibilidad.

Las empresas y destinos pierden competitividad al no ver el valor de equilibrio de género, todos los stake holders trabajan alineados a la sostenibilidad, igualdad, inclusión apostando por un futuro mejor.

Finalmente, la Asociación Women Leading Tourism- WLT, que impulsa la presencia de la mujer en los máximos órganos de gobierno corporativo del turismo, propuso en el FITUR WOMAN un encuentro de concienciación que contribuya a impulsar el papel de la mujer dentro de la industria turística fundamentalmente en temas claves de liderazgo y sostenibilidad; PROMPERÚ forma parte activa de FITUR WOMAN con el fin de compartir políticas públicas entre Europa y América que permitan impulsar el papel de la mujer dentro del turismo. La asociación Femenina de ejecutivas de Empresas Turísticas del Perú (Afeet Perú) reveló que “A la fecha, el 65 por ciento de la fuerza laboral en turismo son mujeres en Perú y en el mundo. Son el corazón y forman parte del mayor engranaje de la Industria Turística”.

Tendencias del mercado gastronómico

unahALDÍA, 08 de junio de 2022

Según Outbound gastronomy trips IPK International, durante el 2018 unos 79.6 millones de viajes internacionales fueron motivados por la gastronomía, siendo los países más visitados por los turistas gastronómicos españoles, italianos y estadounidenses, registrando Perú unos 500.000 visitantes. Otro aspecto de importancia es la elección como destino culinario en el mundo por ocho años consecutivos el 2019

por la World Travel Awards. Entendiendo, el turismo gastronómico implica el interés por la cocina gourmet o popular del destino, que involucra visitas a granjas, mercados, tiendas, acompañada de clases o talleres participativos, degustación, etc.

Key trends in culinary tourism Global Data analiza el segmento del turismo culinario, donde el incremento del flujo de visitantes busca experiencias auténticas y enriquecedoras, ello impulsa la demanda gastronómica mundial, recordemos que la gastronomía es una herramienta fundamental para comprender el patrimonio cultural inmaterial. Las tendencias van desde se guiados por los lugareños o expertos, acuden a huariques, mercados, restaurantes, toman talleres de cocina peruana siendo participe desde la recolecta de los insumos hasta la presentación final del plato.

Consideremos el Perfil del turista extranjero 2019, un 44% viaja motivado por conocer Machu Picchu, el 41% para conocer historia y cultura, el 11 % para probar la comida peruana, 7% visitar Lima y visitar Cusco un 7%. Un 64% son hombres, 54% son de la generación millennials, el 70% cuentan con trabajos dependientes, el 56% son universitarios, un 46% son casados y un 52% proceden de Sudamérica, cuyo gasto promedio de estadía alcanza los 1237 dólares.

Web listening for gastronomy análisis, da a conocer las opiniones de los turistas, sobre la gastronomía peruana, resaltando que son preparaciones auténticas y tradicionales, con ingredientes orgánicos, uso de productos de temporada, fresco y buena calidad, experiencias culinarias únicas, fusiones e muy innovador en sabores.

Los elementos que fortalecen la experiencia además de la gastronómica son entretenimiento, tranquilidad, cercanía a los atractivos, bar y bebidas, la demanda es mayor de los franceses y brasileños.

Si destacamos a los restaurantes con estrellas Michelin dentro del Perú son contados, dentro de ellos tenemos a Central Restaurante ocupando el 4to puesto de Virgilio Martínez Véliz, cuyo rango de precios van desde S/.595 - S/. 967 sus precios incluyen IGV y 10% de servicios, no atienden los domingos, no cuentan con sillas para niños; Maido en el

8avo puesto con su cocina Nikkei de Mitsuharu, oferta la experiencia Nikkei S/499, con maridaje a S/844 y experiencia veggie S/. 350 y Astrid y Gastón que cambia cada seis meses los platos considerando los productos de temporada, con menú desde 56,62 dólares, atención todos los días de la semana. Finalmente, los tres establecimientos se ubican dentro de los 50 mejores restaurantes del mundo al 2021.

Finalmente, si revisamos las reservas Maido tiene disponibilidad a partir del 2 de julio, en Central restaurante ahora puedes reservar desde el 6 de setiembre, cerrando con Astrid y Gastón reservas disponibles para dos personas desde las 13:00 hrs del 9 de junio.

El valor de la marca hotelera tras la pandemia

unahALDÍA, 15 de junio de 2022

Ricardo Haigh, Director General de Brand Finance, refiere que “la marca hotelera internacional más valiosa del mundo no es la más fuerte”, Brand Finance es una consultora independiente de estrategia y valoración de marcas líderes en el mundo, con sede en Londres con presencia en más de 20 países, años tras año realiza estudios sobre el valor de marcas en el mundo de más de 5000 marcas importantes en diferentes sectores y geografías.

Dentro del valor de las marcas hoteleras, la marca Hilton que aumento en un 58% hasta los 12 000 millones de USD, ampliando su reinado como la marca hotelera más valiosa del mundo y aumentando su liderazgo.

Hyatt, el valor de la marca aumentó un 26% a 5900 millones de USD.

Holiday Inn cuyo valor de marca aumento en un 10% a 4,2 mil millones de USD.

Tanto Hilton, Hyatt y Holiday Inn, son algunas de las 50 marcas hoteleras más valiosas y solidas del mundo, incluidas en el ranking anual Brand Finance Hotels 50 2022.

Analizando el incremento del valor de la marca Hilton, impulsado por el aumento en los ingresos previstos y mayores expectativas de

rentabilidad, Brand Finance descubre que los clientes mejoraron su percepción de Hilton, teniendo factores claves como la confiabilidad y credibilidad, fortaleciendo la seguridad, esto le permitió mejorar su Brand Rating de AAA- a AAA, convirtiéndose en la tercera marca hotelera más sólida del mundo para el 2022.

Entendiendo que la pandemia de COVID-19, afecto los viajes a nivel global, las marcas exitosas se han recuperado y volvieron a ganarse la confianza de los clientes en el mundo posterior a la pandemia.

NH Hoteles, aumento su marca a un 47% hasta los 1 000 millones de USD, soportando una tasa de ocupabilidad entre 30 % durante el primer semestre del 2021, creciendo para octubre hasta el 62%, pero con la variante Omicron retrocedió hasta 26% en enero 2022, actualmente retorno a más del 60%.

Taj Hotels, marca hotelera con calificación AAA, como marca sólida, considero estratégico el ofrecer apoyo al sector salud, manteniéndose a la vanguardia.

Baymont subio un 99% hasta los 329 millones de euros, por las condiciones comerciales previstas para sus mercados clave y la mejora de la percepción de los huéspedes.

The Ritz- Carton, marca hotelera de mayor crecimiento en el mundo, subió un 112% a 1100 millones de USD, estratégicamente ha construido una marca fuerte incorporando al Grupo Marriott, manteniéndose en el calificativo AAA, gracias a su REVPAR que es el indicador de rentabilidad hotelera que se obtiene de la tarifa promedio diario de habitaciones por la tasa de ocupación, siendo un indicador clave que valora el rendimiento financiero del hotel.

Finalmente, las diez marcas más fuertes de hoteles 2022, cuyos Brand Rating de AAA, son: Taj, Premier Inn, Hilton, Hampton, Embassy Suites Hotels, JW Marriot, Shangri-La, Residence INN, Waldorf Astoria y Worldwide Hotels; de las cuales siete son marcas estadounidenses.

La fiesta de San Juan y Día del Campesino

unahALDÍA, 24 de junio de 2022

Estos acontecimientos programados permiten activar el turismo interno, revalorar y fortalecer nuestra identidad cultura, extendiendo para la celebración todo un programa especial, donde muchas instituciones públicas y privadas se dan cita para festejar.

La fiesta de San Juan en toda nuestra Amazonía, muchos municipios realizaron anticipadamente sus programas oficializando la fiesta con programas que iniciaron desde el 18 al 25 de junio, con actividades que van desde la elección de la Miss San Juan 2022, festival del juane más rico, ferias que ayuda en la reactivación del campesino para promover los emprendimientos locales donde se ofertan los insumos más frescos para la elaboración del juane como homenaje al campesino, otras actividades como la fogata de los Tulumayos y todas las sangres, misa y procesión en honor a San Juan Bautista como patrono de la Amazonía peruana, presentación de danzas típicas de la selva peruana, comparsas con carros alegóricos, donde participan instituciones, comunidades indígenas con su baile de la Ayaymama, como muestra de sus tradiciones y rituales importantes como el "Salto del shunto" que consiste saltar un montículo de fuego, sumergirse en el agua como acto de purificación, etc. Muchas autoridades a través de las Subgerencia de Imagen y Relaciones Públicas realizan la presentación oficial del programa de la Fiesta de San Juan en el congreso de la República.

Por otro lado en la sierra del Perú se celebra el día del campesino, festividad andina que se realiza desde la época Inca, denominada la fiesta del Inty Raymi, la celebración contempla programas desde semanas hasta 3 días de programación cuyas actividades consideran carrera de caballos, concurso de tejidos artesanales, concurso Yanta Chijtay, concurso de sumac warmi, gincanas, Chacchapacuy, desfile de banderas. También consideran capacitaciones a productores para la mejora genética del ganado, concurso de platos típicos, show cultural artístico, presentación de danzas, grupos folclóricos, festival del huayno, hasta degustación del café, chocolate, ferias agropecuarias, artesanal y gastronómica. Dichas actividades son impulsadas a través de las

Gerencias de Desarrollo Económico Local de las municipalidades, sumándose a ello el apoyo del sector empresarial, comunidades y grupos indígenas, y el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) con charlas virtuales sobre "Acceso al crédito agrario a través del Fondo Agroperú", "Investigación científica agraria para hacer frente a la seguridad alimentaria del país", "Manejo integrado de plagas en la Agricultura Familiar", "Ganadería de altura y cambio climático", "Experiencias exitosas de mujeres en la agricultura familiar" y "Evaluación de plagas".

Recordemos que 1930, el presidente de entonces Augusto B. Leguía instituyó el "Día del Indio" con el fin de rendir homenaje a los campesinos e indígenas del Perú. Luego de 4 décadas, un 24 de junio precisamente del año 1969, el general Juan Velasco Alvarado oficializa el "día del campesino", mediante la promulgación de la ley de la reforma agraria decreto Ley N° 17716.

Finalmente, la Municipalidad Provincial de Huanta promueve los ejes; productivo y agroindustrial, turístico y recreativo.

Experiencia digital vs ventas de viajes

unahALDÍA, 7 de julio de 2022

El presente texto, toma como referencia a Quantum Metric por ser una plataforma de Estados Unidos que investiga las experiencias digitales orientadas al customer, que recientemente publicó los resultados de una encuesta online, sobre tendencias de viajes, la cual fue orientada a usuarios españoles.

Como resultado muestra los cambios en las exigencias de los consumidores en estos dos últimos años. Cuando planificamos las vacaciones al realizar viajes, nos inclinamos por las mejores ofertas de precios en primer lugar, que según los resultados de dicha encuesta tiene un 36% de prioridad, luego pensamos donde alojarnos, optando por un hotel adecuado representando un 20%.

Teniendo información previa, muchos nos animamos a realizar una reserva, siendo determinante el precio y oferta en un 49%, mediante la revisión de las mínimas condiciones del paquete turístico, un 36% considera la certeza de que la reserva realizada no generé problema,

otro factor de importancia es que sea amigable y de rápido registro la plataforma, siendo considerado un 9%, los servicios ofrecidos durante el viaje obtienen un 6%.

A todos estos factores se suma, de que muchos clientes para comprar un vuelo suelen consultar de dos a tres sitios web en un 51% y otros refieren realizar una búsqueda sin límite de los sitios siendo representativo un 28%.

Hay que reconocer que en estos dos últimos años el turismo digital se ha incrementado con el uso de los dispositivos móviles, siendo así que los customer de servicios turísticos emplean con más intensidad los teléfonos móviles con el fin de realizar y concretar de manera directa la organización de sus viajes.

Otro dato de importancia obtenido por Quantum Metric entre los encuestados revela que un 65% emplea el móvil para realizar un check-in o ingresar a un establecimiento de alojamiento y el 74% realiza solicitudes de ayuda al servicio de atención al cliente.

Si comparamos el móvil con el ordenador, pues se ha provocado un incremento en las descargas y empleo de aplicaciones, la encuesta revela que un 44% tiene instalado de 1 a 2 aplicaciones, y otros 25% tiene entre 3 a 5 aplicaciones. También un 11% solía tener y un 13% no tiene ni ha tenido ningún aplicativo descargado.

Analizando, que es lo que destaca tener el aplicativo instalado responden un 40% facilita el proceso de reserva, un 24% agiliza la gestión del viaje o check - in, sobre la recepción en tiempo real y alertas de ofertas un 23% y un 14% considera que les permite llevar los puntos acumulativos o incentivos de los programas establecidos como parte de fidelización al cliente.

Finalmente, para incrementar las ventas será de importancia crear una cultura centrada en el cliente, las agencias de viajes deben ser muy transparentes y cumplir con todos los acuerdos pactados con el cliente, brindando pautas, protocolos establecidos, manteniéndose centrado en las emociones de los usuarios, tratar de personalizar la experiencia que ayude a construir lealtad a la marca de manera sostenible.

Cumbre mundial de jóvenes sobre turismo

unahALDÍA, 15 de julio de 2022

La Organización Mundial del Turismo (OMT) desarrolló una nueva plataforma con el fin de empoderar y motivar a la juventud a formar parte de los procesos de decisiones del área turística. La cumbre mundial de jóvenes sobre turismo realizada del 27 de junio al 03 de julio del 2022, se muestra video en el siguiente enlace (<https://www.youtube.com/watch?v=qQMNIWWjvXY>).

Considerándose la primera cumbre mundial de jóvenes en temas de turismo, finalizó con un documento de compromisos denominado “plan de acciones de Sorrento”, cuyas firmas son de 120 participantes de 57 países, cuyas edades comprometidas entre 12 y 18 años, donde se compartió conclusiones después de varios trabajos y seminarios web en temas claves por los que atraviesa en turismo, destacando los temas de innovación, digitalización, contaminación, creciente relevancia del deporte, cultura, gastronomía enfocados en los destinos turísticos.

También se solicita la participación activa de los jóvenes para la toma de decisiones en aspectos fundamentales con los viajes. Personas que dieron inicio el evento, el papa Francisco, ministro de turismo de Italia, el secretario general de la OMT, ministro de asuntos exteriores y cooperación internacional de Italia, ministra italiana de políticas de juventud y representante de la ONU para la juventud.

Zurab Pololikashvili como secretario de la OMT, destacó la importancia de la juventud dentro del turismo y que a través de la proforma apoyará a los jóvenes talentos de las diversas regiones permitiendo expresar libremente sus ideas sobre el futuro del turismo.

Massimo Gravaglia resaltó a Italia como anfitrión del evento, animando a los jóvenes de ser viajeros responsables del mañana y mantenerse optimistas para alcanzar sus sueños.

Jayathma Wickramanayake recaló que los jóvenes son agentes de cambio transformador desafiando el statu quo en cumplimiento de la agenda 2030 sobre los objetivos de desarrollo sostenible.

El plan de acción de Sorrento, tiene como base capilar en primer orden personas, seguido de planeta y finalmente prosperidad. Los

jóvenes firmantes piden con respecto a personas, salvaguardar los derechos humanos con estrategias y políticas turísticas. Con respecto al planeta, establecen retos como desperdicios de alimentos, contaminantes plásticos, cambio climático y preservación de la biodiversidad. En relación a la prosperidad subrayan la necesidad de reducir la pobreza, mejora de las competencias digitales y creación de más oportunidades de trabajo. Solicitan a la OMT celebrar la cumbre de manera anual y se participe de eventos nacionales con los estados miembros.

Didier Drogba orienta el binomio sobre deporte y turismo a través de un diálogo honesto, por ser el turismo el motor del respeto mutuo y la sostenibilidad en reunir aficionados al deporte en todo el mundo. Turismo como instrumento de paz y participación de la juventud mundial.

Finalmente, el papa Francisco lanza un mensaje para la juventud encargándoles que “Sean mensajeros de esperanza”, la primera cumbre mundial de los jóvenes sobre turismo (GYTS, siglas en inglés) concluyó demostrando el poder del turismo para empoderar a la juventud, la solidaridad internacional y la paz.

zona arqueológica de Conchopata - Ayacucho

unahALDÍA, 25 de julio de 2022

Ley de interés nacional, Ley N°31511 publicado en el diario El Peruano el 10 de julio de 2022, con la cual se declara de interés nacional la investigación, protección, conservación, restauración, puesta en valor, promoción, restitución en los casos pertinentes y uso social de los sitios, zonas, monumentos y complejos arqueológicos, siendo de artículo único.

Comprende los sitios arqueológicos: Saihuite del distrito de Curahuasi, provincia de Abancay del departamento de Apurímac; Hatun Vilcabamba, ubicado en el Parque Arqueológico Nacional de Vilcabamba (Choquequirao), distrito de Vilcabamba, provincia de La Convención; Espíritu Pampa, ubicado en el distrito de Vilcabamba, provincia de La Convención, departamento de Cusco; Cerro Huasochugo, ubicado en el distrito de Huaso, provincia de Julcán, departamento de La Libertad; Chaupichancha-Antapirka, ubicado en el

distrito de Santa Ana de Tusi, provincia de Daniel Alcides Carrión, departamento de Pasco; Las Juntas, ubicado en el distrito y provincia de Bagua, departamento de Amazonas; Puémape, ubicado en el distrito de San Pedro de Lloc, provincia de Pacasmayo, departamento de La Libertad.

También los complejos arqueológicos Aypate del distrito y provincia de Ayabaca del departamento de Piura; Pashash, ubicado en el distrito de Cabana, provincia de Pallasca, departamento de Áncash; Huaca Santa Rosa de Pucalá, ubicado en el distrito de Pucalá, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque, zonas monumentales arqueológicas como de Pukará Central, ubicada en el distrito de Pucará, provincia de Lampa, departamento de Puno; Cabeza de Vaca, ubicada en el distrito de Corrales, provincia y departamento de Tumbes.

Y la zona Arqueológica de Conchopata (comprende centros poblados, cementerios, petroglifos, pintura rupestre, ushnos, canteras, qochas, canales, espacios de líticos y cerámicas...), ubicada en el distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, provincia de Huamanga, departamento de Ayacucho. Pérez (2012) realizó estudios sobre los asentamientos periféricos del centro urbano de Conchopata, el cual concluye con un registro de 220 asentamientos, rodeado de paisajes geográficos con una extensión de 400 km² aproximadamente. El sitio más temprano siendo la cueva Puente y el más tardío a la época chanka con una antigüedad de 9000 a.c. y 1200 d.c. según fechado de radiocarbono del proyecto dirigido por Mac Neish.

Se considera en las disposiciones complementarias finales que el Ministerio de Cultura, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, gobiernos regionales y locales que corresponde según su competencia, función y programación presupuestal disponer de acciones necesarias dando cumplimiento a la presente ley.

Se encarga al Ministerio de cultura, coordinar con el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, la Superintendencia Nacional de Registros Públicos, el Poder Judicial, Ministerio Público, Procuraduría General del Estado, Gobiernos regionales y locales, realicen el saneamiento físico-legal restituir los sitios, complejos y zonas

arqueológicos como parte del patrimonio cultural de la nación afectados.

Finalmente, se les encarga a los gobiernos regionales informar anualmente, o al requerirse, por la Comisión de la República sobre las acciones de restauración, protección, conservación, puesta en valor y promoción turística dando cumplimiento la presente ley.

Problemas para contratar vs mejores empresas del sector turístico para trabajar

unahALDÍA, 31 de julio de 2022

José Luis Ortega periodista de Hosteltur da a conocer la carencia de personal en el sector turístico; tomando la afirmación de Catiana Tur "Encontrar personal formado, cualificado y con experiencia no es fácil", muchas empresas tienen que hacer frente a la demanda que se presenta en el día o de un día para otro. Las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) afirman que cada día hay menos personas dispuestas a trabajar como agentes de viajes, como resultado de una encuesta aplicada a sus 450 agencias socios donde un 38% tienen dificultades para conseguir personal que desempeñe como agentes de viajes en el mercado. Estas agencias españolas reflejan una recuperación notable de la actividad turística, con mayor incidencia en los dos últimos meses y el 60% visiona que este verano registrarán la actividad similar a la de antes de la pandemia, pero la escasez de personal amenaza la recuperación del sector en 2022.

Carmen Porras Núñez como Periodista de Hosteltur, nos presenta las mejores empresas del sector turístico para trabajar al 23 de junio, 2022, según fuentes de Merco Talento Universitario que contó con la valoración de más de 10 000 universitarios, destacan en la top 10, Amazon, Google, Mercadona, Apple, Netflix, Inditex, Coca-cola, Santander, BBVA y Microsoft.

Cabe destacar que dentro de los tops 100, figuran las empresas turísticas, en el 23 puesto Airbus Group, 34 lugar Renfe, 41 puesto Meliá Hotels International, 42 figura NH Hotel Group, 62 Alsa, 84 IAG,

95 Aena y 96 Barceló Hotel Group, Donde Merco evalúa la reputación y el atractivo laboral en una plataforma que conecta con grandes compañías y estudiantes que han vivido experiencias académicas internacionales.

En hostelería y turismo para el 2021 las 10 tops, figuran en 1er orden Meliá Hotels International, 2do NH Hotel Group, 3ero Barceló Hotel Group, 4to RIU Hotels and Resorts, 5to McDonald's, 6to Burger King, 7mo AC Hotels by Marriott, 8vo Grupo Iberostar, 9no Hoteles y Resorts Hilton y 10mo lugar Too Good to go. Empresas más responsables al 2021 figuran Meliá Hotels International, NH Hotel Group, AC Hotel by Marriott, Telepizza, McDonald's y Burger King.

También, dentro de los medios de transporte de viajeros destacaron para el 2021 en 1er orden RENFE, seguidos de ALSA, METRO DE MADRID, IAG y RYANAIR.

Dentro de este panorama cabe, destacar que los universitarios tienen preferencias en trabajar con una compañía multinacional, española o extranjera, cuyos puestos exijan viajar, teniendo la residencia española y que ofrezcan estabilidad, se suma un sueldo a percibir de 1494 euros netos mensuales.

Finalmente, los factores de mayor importancia a la hora de optar por una empresa, destaca la calidad de vida en un 20%, que comprende flexibilidad, teletrabajo..., buena retribución y beneficios sumados representan un 20% y buen ambiente de trabajo en un 16%. Si te encuentras próximo a egresar, romper fronteras será una buena opción, ¡España de las oportunidades!

Infracciones y sanciones en servicios turísticos

unahALDÍA, 9 de agosto de 2022

En Perú se actualizó la tipificación de infracciones y sanciones en servicios turísticos a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR, se aprobó un cálculo y escala de infracciones más proporcionales y objetivas, mediante el decreto supremo N° 008-2022-MINCETUR el 04 /08/2022, que modifica el reglamento de la ley N°28868.

La norma legal en mención, contempla que a quienes se le hubiera impuesto sanción de multa, deberán cancelar la misma en valores de UIT, correspondiente al año de la comisión de la infracción; informando la fecha de pago, dentro de los siguientes 5 días de producido éste, indicando número de constancia de pago respectivo.

Algunas de las conductas infraccionarias y sanciones establecidas como en el caso de los restaurantes, que se atreven a exhibir, promocionar y difundir categoría de uno a cinco tenedores, omitiendo el certificado vigente, será sancionado con una multa, al igual con los restaurantes turísticos.

El no permitir la fiscalización a los locales de servicios turísticos, incluyendo bienes y/o equipos de administración directa o no, también será motivo de sanción económica.

Las agencias de viaje y turismo, según la norma legal, incurrirán en conducta infractora, con multas, por desarrollar funciones con una clasificación que no le corresponde. También, se les suspenderá la autorización para desarrollar actividades, a los prestadores que comercialicen y/o promocionen sus servicios de forma ambulatoria, dentro de los espacios públicos, como parques, plazas, plazuelas, terminales terrestres, aéreos, marítimos, lacustres, áreas cercanas a restaurantes, establecimientos de hospedaje, otros de uso público.

Del mismo modo, la norma legal indica, que MINCETUR podrá cancelar el certificado de funcionamiento de los servicios turísticos, al no cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista, así como no facilitar el acceso a personas discapacitadas.

A todo ello se añade, que el no suscribir la declaración jurada del Código de conducta contra la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes - ESNNA, se cancelará el certificado de funcionamiento de los locales.

Las sanciones van desde amonestación, multa, suspensión de la autorización para desarrollar actividades turísticas hasta cancelación de la autorización para desarrollar actividades turísticas.

Es considerado la suspensión de la autorización para desarrollar actividades turísticas en los siguientes casos: Comercializar y/o

promocionar servicios propios de las agencias de viajes y turismo en forma ambulatoria en espacios públicos, No implementar en los canales digitales las medidas de seguridad y diligencia debida en la interfaz para compras en línea, No implementar en los canales digitales las medidas técnicas de protección de los datos personales que son recabados a través del canal digital.

Finalmente, procede cancelación de la autorización para desarrollar actividades turísticas en los siguientes casos: No cumplir con una o más de las condiciones mínimas de personal calificado, No cumplir con las obligaciones contenidas en la Ley N.º 29408 y su reglamento, normas de seguridad, salubridad; Promover o no impedir la ESNNA, No denunciar ante la autoridad competente hechos vinculados con la explotación sexual infantil.

Incremente las ganancias en su restaurante

unahALDÍA, 17 de agosto de 2022

Muchos países vienen tratando de recuperarse tras la pandemia vivida, uno de las estrategias son la activación de los servicios turísticos, precisamente nos enfocaremos al rubro de restauración, como empresarios y frente a los costos de la materia prima muy variante, se hace necesario el empleo de la ingeniería de los menús a ofrecer a los comensales.

Citaremos a Restaurant magazine (2022), donde Greg Staly, en su calidad de director ejecutivo de SynergySuite, siendo la suite administrativa de restaurantes, que ayuda a crecer a muchos empresarios, donde orienta a través del móvil que administren su inventario, horarios y remita informes desde cualquier dispositivo, sacando ventaja a la nube con el guardado de información, que se integra a sus sistema de punto de venta, contabilidad, nómina y proveedores; ayudando a automatizar sus operaciones, bajo el disminuir tiempo y reducir riesgos. Con estas herramientas y el conocimiento permiten transformar el mundo administrativo de los restaurantes.

Frente a la inflación descontrolada y los costos de los alimentos cada vez son más altos, la tarea de los restaurantes con el fin de maximizar sus ganancias, recomienda Greg, implementar el costo

teórico de los alimentos y la ingeniería de menús; realizando un listado de menús que genera mayor cantidad de ventas y ganancias, luego los que destacan con el mayor margen de ganancias e identificar los artículos costosos y de bajo rendimiento, analizarlos si se puede mejorar o eliminar o reemplazar por artículos menos costosos.

Greg Staly, por su experiencia en el negocio recomienda, a los empresarios en:

Deshacer los procesos manuales, ya que conlleva mucho tiempo, siendo inexactos, con errores frecuentes hay veces que pasa desapercibido, al utilizar las hojas de cálculo frente a los cambios de precios en tiempo real, que muchas no están actualizadas, y conduce a tomar decisiones financieras por instinto o confiados en estimaciones.

Usar la tecnología para una mayor transparencia, ayuda a rastrear información precisa sobre las compras, precio, inventarios y mermas o desperdicios de alimentos.

Considerar costos reales frente a lo teórico, permite examinar entre lo que deberían haber sido los costos en un determinado tiempo frente a los que realmente fueron.

Medir la rentabilidad y popularidad, la tecnología simplifica esta tarea de evaluación y perfeccionamiento del menú, los que deben conservarse, reemplazarse o eliminarse, para un mejor liderazgo de costos.

Determinar los costos de la placa, con herramientas digitales eficientes, donde actualice de manera automática los costos de ingredientes según el precio reciente de los proveedores.

Elevar su gestión de inventario, empleando mejor cada ingrediente, que le ayude a ahorrar dinero y maximizar sus ganancias, ayuda a reducir desperdicios, analizar los pronósticos para generar órdenes de compra.

Finalmente, rediseñar el menú, con estrategias psicológicas que contribuya en el convencimiento de sus comensales a pedir ciertos artículos, con descripción atractiva (rico, cremoso, fresco y delicioso) y estrategias de precio, ejemplo (S/. 9.95 en lugar de S/.10) y necesitará de un seguimiento continuo del plato en ajuste.

Caso: TUI GROUP

unahALDÍA, 25 de agosto de 2022

Dentro de los principales grupos turísticos del mundo se encuentra TUI group, mostrando a 1600 agencias de viajes, 5 aerolíneas con alrededor de 150 aviones, 400 hoteles, 16 cruceros y otras agencias receptoras en los principales destinos vacacionales del mundo, bajo esta cartera que le permite cubrir toda la cadena de valor turístico para brindar ofertas a sus 27 millones de clientes con experiencias inigualables, comprometidos con más de 20 años por un turismo sostenible.

Sus hoteles y resorts cumplen estándares de desempeño comercial, calidad de servicio y gestión ambiental, marcas como Riu, TUI Blue y Clubes premium Robinson Clubs.

Los cruceros, el TUI group opera los deseos específicos de sus diversos clientes, unidos a Hapag-Lloyd Cruises con 4 barcos líderes en cruceros de expedición y lujo dentro del mercado alemán, ofrece también viajes premium con una flota de 7 buques y Marella Cruises con 4 transatlánticos para atender el mercado británico.

Integran Museo TUI como área de crecimiento del grupo, ya en el 2019 generó ingresos de 1200 millones de euros, bajo una plataforma digital de tours y actividades de servicios locales en más de 140 países, registra más de 160 000 cosas para hacer, desde excursiones, actividades, boletos, transfer; a través de aplicativos de Musement y TUI, para socios B2B, incluida las OTA, operadores turísticos, líneas de cruceros y compañías de viajes líderes del mundo.

Operadores turísticos con liderazgo que se suman al mencionado grupo dentro de Alemania TUI Deutschland, Wolters Reisen y airtours, en Reino Unido First Choice y otros operadores de TUI en Australia, Suiza, Polonia, Finlandia, Dinamarca, Suecia, Noruega, Bélgica, Francia y Países bajos.

Las 5 aerolíneas son TUI Airways, TUI Belgium, TUI Fly, TUI fly Nordic y TUI fly Netherlands, que operan más de 180 destinos entre larga y media distancia, siendo la flota más grande y moderna el Boeing Dreamliners.

Todo su crecimiento centrado en ofertar producto diferenciado como estrategia frente a las OTA y su rival Thomas Cook; pero tras la pandemia nos enfrentamos a un cambio repentino, donde muchas empresas quebraron, cambiaron de giro e hizo temblar a TUI Group, el preocupado CEO Sebastián Ebel visiona actualmente oportunidades de crecimiento con paquetes dinámicos, donde el cliente o pasajero diseña sus propias vacaciones combinando vuelos y alojamiento de manera flexible.

Y nos recuerda que, utilizar más capacidad aérea de terceros que de las compañías del grupo también implica asumir menos riesgo provocado por el alza de los precios del combustible y otras formas de inflación; algo que es más fácil llevar a cabo en Alemania, donde hay más capacidad, que en el Reino Unido. (Ebel, 2022)

Finalmente, podemos observar una estrategia orientada a formas de crecimiento interno, donde muchos optan por la combinación presentando diversas composiciones o variadas opciones, también conocido como un asset light empleada para crecimiento o expansión con poca inversión por el modelo de gestión o de franquicia, y no en propiedad, no se piensa en operaciones de compra.

Caso: Occochaca y el día mundial del turismo

unahALDÍA, 31 de agosto de 2022

Desde 1980, el día mundial del turismo se celebra cada año el 27 de setiembre. La organización mundial del turismo "OMT", es un órgano especializado de las Naciones Unidas encomendado para la promoción de un turismo responsable, sostenido y accesible para todos. Se suma la aplicación del Código de ética mundial para el turismo que fortalece y permite alcanzar con los objetivos de desarrollo sostenible, siendo la prioridad reducir la pobreza y fomentar el desarrollo sostenible en todos los países del mundo.

En la actualidad se integran en ella 160 estados miembros, 6 miembros asociados y más de 500 miembros afiliados del sector privado, instituciones de enseñanza, gremios turísticos y autoridades locales de turismo.

Este mes de setiembre, considerado el mes del turismo a nivel del mundo, diversos sectores están invitados a ser partícipes de la celebración anual, siendo el lema del presente año “Repensar el turismo”, con el fin de replantear el crecimiento del sector. Indonesia acogerá la celebración oficial (27 de septiembre), y todos los países miembros se suman.

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirma: «El potencial que encierra el turismo es enorme, y tenemos la responsabilidad compartida de velar por su plena materialización. Con ocasión del Día Mundial del Turismo 2022, la OMT hace un llamamiento a todos, desde los trabajadores del sector turístico hasta los propios turistas, así como a las pequeñas empresas, las grandes corporaciones y los gobiernos, para que reflexionen y se replanteen lo que hacemos y cómo lo hacemos.»

Replantar el turismo, es una tarea de todos, desde el punto donde nos encontramos, para la actividad turística no existen fronteras, es observable la falta de sensibilización de nuestras comunidades que viven y mejoran sus ingresos económicos a través de la actividad turística.

Caso: Occochaca, como recurso turístico de Huanta fue observable los cambios significativos de habilitación, implementación de servicios higiénicos, tachos para basura, cabañas, tiendas para el expendio de bebidas y refrigerios. La municipalidad provincial de Huanta realizó el mantenimiento de la vía Callqui Baja, Callqui Alta y el centro poblado de Hancayocc, con mejora significativa del acceso para los lugareños y visitantes que recorren desde Huanta hacia el Mirador de Cristo blanco y la denominada catarata de Occochaca. Muchos de los recursos turísticos comparten territorios con comunidades, algunos en límites de demarcación territorial, donde será necesario identificar a los beneficiarios directos (comuneros) y realizar con ellos trabajos de sensibilización turística, empoderarles con temas de gestión y administración voluntaria del área turística, ya que hay ejemplos de desarrollo turístico donde cada trimestre rotan en la administración los comuneros y un porcentaje que se generó sirve para el mantenimiento continuo del lugar turístico.

También es urgente realizar el inventario correspondiente de Occochaca, determinar según la evaluación, si corresponde a una cascada o catarata.

Finalmente, el tema de sensibilización turística, empoderamiento de gestión turística en la comunidad será de vital importancia; tarea pendiente DIRCETUR, Ayacucho, UNAH y municipalidad.

Eventos turísticos como estrategia de promoción

unahALDÍA, 9 de setiembre de 2022

Organizar un evento es de importancia por los beneficios económicos que genera, contribuye al incremento de flujo de visitantes. En España los eventos son herramientas que permite generar riqueza en los lugares anfitriones o espacios que emplean para la ejecución de lo planeado.

Generar la necesidad de traslado de los participantes, promover en desarrollo del lugar anfitrión y organizar eventos, es hoy un factor determinante que permite difundir y promocionar la imagen en diversos espacios, evitando la estacionalidad de la demanda, con la característica demanda alta, demanda media y demanda baja.

Si listamos los eventos turísticos más importantes a nivel mundial, iniciaríamos por la Feria Internacional de Turismo (FITUR) lugar Madrid/ España se realiza en enero durante 5 días, Vitrina turística Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO) lugar Bogotá/Colombia se realiza fines de febrero durante 3 días, World Travel Mart Latinoamérica (WTMLA) lugar Sao Paulo/ Brasil se realiza la primera semana de abril, Fiexpo Latin América, Panamá se realiza la segunda semana de junio durante 4 días, IBTM Américas México se realiza por dos días fines de agosto, TOP RESA París/ Francia se realiza por 3 días fines de setiembre, Imex América Las Vegas /Estados Unidos se realiza por 3 días la segunda semana de octubre, WTM Londres/ Reino Unido se realiza la primera semana de noviembre por 3 días y ITB Digital Business Day Berlín/Alemania se desarrolla la quincena de marzo un solo día. Estos eventos cuentan con buena cantidad de participantes, en muchos casos no hay cupos disponibles ya que se venden anticipadamente con seis meses anteriores a la fecha del

evento, y la ciudad sede del evento en alguno de los casos varia. Si revisan sus webside ya están en venta los cupos para el 2023.

La Feria Internacional de Turismo el 2022 superó las expectativas, con un total de 111 193 asistentes y los participantes virtuales fueron 33 286 registros, todo suma un incremento del 10% de lo previsto, con impacto económico de aproximadamente 150 millones de euros.

En Perú entre los eventos de importancia turística mencionamos, Perú Travel Mart el 2019 se realizó en el Jockey Club durante 4 días en la 3era semana de junio, bajo el lema “Descubriendo Lima cultura, arte, gastronomía, tradición” con el fin de dar a conocer los diversos productos y atractivos de vuestra capital, siendo de importancia para la promoción turística de Perú, dentro de los asistente figuran 27 países (Alemania, Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, EEUU, Francia, México, otros), 63 empresas compradoras, el impacto económico generado fue de \$/. 28 127 711, con un incremento del 28.9% en comparación al 2018. Estratégicamente se busca posicionarse entre las principales ferias turísticas de Latinoamérica.

Finalmente, Otros eventos que se desarrollan en Lima/ Perú, Feria Turismo Perú Edición híbrida “Save the date” del 15 al 17 de noviembre 2021, Oxapamapa / Holistic Festival Oxapampa, Lima/ Perú Evento de Innovación para la internacionalización - Inspira, Pucallpa/ Perú ExpoAmazónica, etc.

Libro electrónico disponible en
<http://fondoeditorial.unah.edu.pe/index.php/fonedi/catalog>
Publicado en el Perú / Published in Peru.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HUANTA

FONDO EDITORIAL

IDELIA MIRTA CRISTOBAL LOBATON

Docente Asociado de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, los estudio de educación primaria lo realizó en Milpo - Cerro de Pasco y secundaria los realizó en su ciudad natal de Huánuco y es Licenciada en Turismo y Hotelería- UNHEVAL, Grado de Bachiller en el Programa de Complementación pedagógica de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión -UNDAC Maestría Educación en el Nivel Superior- Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión -UNDAC, maestría en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (egresada) de la Universidad San Martín de Porras - USMP y Doctor en Administración en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán - UNHEVAL. Ha sido docente del Instituto de Excelencia de Pasco - IESTP, Jefe de prácticas y docente universitario en la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo - UNHEVAL, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco - UDH, E.P: Turismo , Hotelería y Gastronomía; Asistente Administrativo en la Balshem Gammig SAC, Técnico especialista de SINEACE - Para fines de acreditación de carreras profesionales diferentes a educación y salud, Consultorías con fines de acreditación en Beyond Quality Standards S.A.C.-BQS. Realiza consultorías en turismo y hotelería, conferencista y es docente ordinario en la categoría de asociado de la Escuela Profesional de Administración del Turismo Sostenible y Hotelería en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta - Ayacucho. Escribe artículos de opinión en diarios: unahALDÍA- Huanta y Semanario regional AVANCE Huánuco; es miembro del ilustre Colegio de Licenciados en Turismo del Perú filial Lima

ISBN: 978-612-49204-3-1



9 786124 920431