



Camino

ÓRGANO INFORMATIVO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Año XXII N° 16

Abril, 2022

BIENVENIDOS AL MUSEO VIRTUAL DE IMÁGENES HISTÓRICAS DEL PERÚ

DE LA ESCUELA DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA EN COLABORACIÓN CON LA
ESCUELA DE INGENIERÍA INFORMÁTICA



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC 
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

Índice

Presentación	4
Bienvenido al Museo Virtual de Imágenes Históricas del Perú de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía en colaboración con la Escuela de Ingeniería Informática.	6
Club de Investigación. Tema: Aplicación del método científico a la tesis	16
Conferencia virtual: Experiencias y logros del desarrollo turístico local de Fisterra, Galicia, España.	17
XV Congreso Nacional de Canatur: Propuesta de la academia para la reactivación del turismo peruano.	18
Conversatorio virtual: “El Qhapaq Ñan”: Identificación, tipos y su relación con la actividad turística.	18
Conversatorio virtual: Puesta en valor de la zona arqueológica Las Aldas-Casma-Ancash.	19
Saludo Navideño 2021.	22
Charla informativa: Prepárense para el tsunami del turismo.	23
Charla virtual: Reactivación del turismo.	24
Taller: Revisiones sistemáticas en la especialidad de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	25
Estudia Turismo, Hotelería y Gastronomía en la URP.	26
Bienvenidos cachimbos de la promoción 2022-2026.	27
Voz y Obra de las instituciones nacionales e internacionales	
Innovación, sostenibilidad y transformación digital: Las claves del futuro del turismo a debate en Andorra-OMT.	29
La OMT y la UCCI se alían para definir el futuro del Turismo Iberoamericano.	32
Perú Travel Mart 2022 -CANATUR.	34
¡Ganamos los People’s Choise Award! El Pabellón Perú se coronó como el mejor de la Expo 2020 Dubái.	37
Así se vivió la inauguración de la Feria Internacional de Turismo-APAVIT.	39
Nuestros docentes escriben	
Incentivos tributarios, inversiones y empleo en el turismo peruano post pandemia, artículo del magíster Carlos Villena Lescano, director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	41

Cartagena de Indias y Miguel Grau, artículo del doctor Eduardo Dargent Chamot, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	51
Turismo receptivo 2022- Pronóstico reservado, artículo del ingeniero Pablo Gálvez Villar, docente de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	54
La domótica aplicada a la hotelería, artículo de las magíster Sylvia Malpartida Olivera y Teresa Edward Ames, docentes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	59
Una mirada académica al incremento y aceptación de robots en la industria de la hotelería, artículo del magíster Juan José Vásquez Pittman, docente de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	63
El choclo gigante del Cusco-Perú, artículo del profesor Rodolfo Tafur Zevallos, colaborador de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	67
El Wari Ñan y el Camino Huampaní, artículo del licenciado Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	69
Comunidad campesina Barrio Bajo de Matucana firmará convenio marco de cooperación académica, cultural, científica y tecnológica con la Universidad Ricardo Palma, artículo del licenciado Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	75
Nuestros alumnos y ex alumnos escriben	
Diagnóstico de campo para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito de Surco-Huarochirí-Lima, artículo del ex alumno de la Escuela de Turismo, Hotelería Gastronomía César Rodrigo Rodríguez Vergaray.	77
Columnistas Invitadas	
Experiencia universitaria en una visita virtual al museo. Tema: La Independencia del Perú, artículo de las magíster María Alejandra Chiok Guerra, docente investigadora y jefe del Centro Internacional de Tecnologías, Desarrollo Empresarial y Liderazgo – CITDEL, Facultad de Ingeniería-URP y Ruth Gesell Izaguirre Renwick, representante del Ministerio de Cultura.	82
Documentos	
Proyecto de ley que promueve la industrialización del Olivo	94
Acta de conformación de la comisión organizadora de la “Asociación Peruana de Pizzeros Artesanales-ASPPA”	103
Adiós a Don Bernardo Roca Rey.	106
Brochure académico de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	107



Caminos

ÓRGANO INFORMATIVO DE LA ESCUELA
PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

Año XXII N° 16

Marzo, 2022

Dr. Elio Iván Rodríguez Chávez
RECTOR

Dr. Félix Romero Revilla
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. José Martínez Llaque
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Dr. Luis Ernesto Quineche Gil
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Mg. Carlos Villena Lescano
DIRECTOR
ESCUELA PROFESIONAL DE
TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

Lic. Daniel Soto Correa
EDITOR

Av. Benavides N° 5440 - Lima 33
Apartado Postal 1801
Telf: 959 801 839
daniel.sotoc@urp.edu.pe
www.urp.edu.pe/turismo-
hoteleria-gastronomia

Diseño y diagramación
CARDA Consultores -
Agencia de Marketing y
Publicidad

Calle Jorge Chávez N° 398,
Chosica, Lurigancho, Lima.
Telf: 940 412 271
cardaconsultores@gmail.com

Presentación

El inicio del semestre académico 2022-I trae muchas novedades que reporta nuevamente Caminos en su edición 16. Empezaremos señalando que la vuelta a las clases presenciales marca una verdadera respuesta a los deseos de la comunidad universitaria de retornar a las aulas. La URP lo hará progresivamente con las clases de talleres y laboratorios que tienen prioridad para las sesiones presenciales. Sin embargo, la innovación tecnológica será mediante las aulas híbridas que conectarán a los alumnos de una misma clase y hora con su profesor mediante sofisticados equipos con cámaras y micrófonos con los que están en casa y con los que están en las aulas de la URP. Finalmente, continuaremos con las clases virtuales hasta el término de este semestre. El 2022-II será enteramente presencial.

Al pasar de hecho al campo de la investigación formativa y científica y sus innovaciones, damos cuenta en estas páginas de la reciente inauguración del Museo Virtual de Imágenes Históricas del Perú, proyecto que ejecutamos en alianza con la Escuela de Ingeniería Informática. Dos años de trabajo silencioso, gracias al tesón de nuestro benefactor de las imágenes, el doctor Eduardo Dargent Chamot pudimos construir esta valiosa herramienta de estudio acerca de la historia, arquitectura, costumbres y recorridos por parques, plazas y avenidas de la Lima del siglo pasado.

Hemos hecho un cuidadoso registro de las conferencias realizadas en el semestre anterior, entre ellas, una que vino desde España, conversatorios, charlas y dos de ellas relacionadas con la investigación científica. Sobre esto último, tenemos anuncios trascendentes que adelantamos desde ahora. Se trata de la política institucional de multiplicar los esfuerzos en esta materia, por tanto, la revista Caminos News seguirá ofreciendo su habitual misión de informar sobre el quehacer de la escuela; a continuación, abrimos el espacio científico en el cual tendremos en adelante la nueva Revista Caminos de Ciencia y, finalmente, en breve, Caminos de Estudiantes dedicada exclusivamente a la producción intelectual y logros de los alumnos nuestros.

Las páginas de Caminos 16 abren sus puertas a la difusión de la obra institucional con la cual estamos vinculados, entre ellos, OMT, PROMPERU, CANATUR y APAVIT. Mostramos los resultados como el premio People's Choice Award, el mejor de la Expo 2020 Dubái. De la misma manera, podrán encontrar un evento muy importante para el resurgir del turismo receptivo

peruano, la pronta realización del Perú Travel Mart 2022 organizado por CANATUR.

La voz y pensamiento de los profesores de la escuela están igualmente anotados con temas de sus especialidades acerca de los temas de coyuntura actual en los cuales muestran sus posiciones y reflexiones. En esta misma dirección, los egresados tienen espacio para expresar sus opiniones y experiencias ahora fuera de las aulas.

El índice de la revista también comprende el avance de las coordinaciones llevadas a cabo con los dirigentes de las comunidades campesinas Barrio Alto, Barrio Bajo y Huariquiña, las tres ubicadas en el distrito de Matucana, capital de la provincia de Huarochirí, con quienes hemos resuelto unir fuerzas y realizar un trabajo conjunto para promover el turismo en sus jurisdicciones en las cuales esta actividad se muestra bastante prometedora.

Finalmente, presentamos a las columnistas invitadas con su documento: Experiencia universitaria en una visita virtual al museo. La virtud de este texto es mostrar cómo la investigación científica puede llegar a explicar una experiencia cultural en un museo siguiendo el esquema de producción intelectual que la universidad exige. Por último, publicamos el proyecto de ley que promueve la industrialización del Olivo en el que se cita como fuente a la obra de uno de nuestros investigadores de la EPTHG, el acta de conformación de la comisión organizadora de la Asociación Peruana de Pizzeros Artesanales-ASPPA y el adiós a Don Bernardo Roca Rey.

Mag. Carlos Villena Lescano
Director



Acreditada Internacionalmente por:



Afiliada a:



BIENVENIDOS AL MUSEO VIRTUAL DE IMÁGENES HISTÓRICAS DEL PERÚ

DE LA ESCUELA DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA EN COLABORACIÓN CON LA
ESCUELA DE INGENIERÍA INFORMÁTICA

◀ MUSEO VIRTUAL ▶
de Imágenes Históricas del Perú-URP



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC **ISO**
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

Introducción

La promoción turística requiere de muchos esfuerzos, alternativas y fórmulas ingeniosas que contribuyan a llegar a una mayor demanda tanto interna como receptiva con el fin de disfrutar la magia, sonidos, colores, sabores del extenso Perú, sorprenderse de sus cambiantes maravillas, aprender y tomar decisiones de realizaciones de viajes, dentro y fuera del país.

Premunidos de este convencimiento, las escuelas profesionales de Turismo, Hotelería y Gastronomía e Ingeniería Informática, adoptaron la decisión de aunar esfuerzos y convicciones para crear una propuesta conjunta, que a la vez que se convierte en una herramienta de enseñanza, active el ingenio de profesores y estudiantes.

El proyecto se orienta a la creación de un museo virtual de imágenes históricas desde la plataforma URP, al estilo de las exposiciones más famosas del mundo, en la que se muestren diversas imágenes empezando por Lima, haciendo referencia a cada una de ellas, luego el recorrido de circuitos se extiende a otras áreas de la capital, para luego, progresivamente, expandirse por todo el país.

Este museo y sus piezas de imágenes y postales son el resultado de una donación efectuada por el doctor Eduardo Dargent Chamot, docente investigador de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, a favor de la URP siempre que se muestren en el museo. A él le expresamos nuestra gratitud por su desprendimiento.

Para hacer posible la creación del presente proyecto solicitamos oportunamente a nuestras autoridades, tanto de los consejos de facultad de ambas facultades, así como al Consejo Universitario, formalizar y aprobar este proyecto que es el inicio de un largo camino en común de nuestros saberes que suman gracias al aporte académico y el ejercicio de aprendizaje de profesores y alumnos involucrados en esta empresa.

Finalmente, estamos en total posición de sostener que este proyecto no ha irrogado costo alguno a la URP habida cuenta de la donación señalada líneas arriba, la participación de profesores con sus horas no lectivas y lectivas, la participación de alumnos de ambas escuelas profesionales y la gestión de los directores de ambas escuelas.

Mag. Carlos Villena Lescano
Director EPTHG

Mg. Miguel Arrunátegui Angulo
Director EPII

A propósito de las postales

Antaño, las postales cumplían el papel de llegar a la persona amada, a los amigos y hasta a los clientes con imágenes que el viajero observaba durante su viaje o que destacaban algún punto importante de la ciudad en la que vivía.

Inicialmente se reservaba el reverso solo para la dirección y en el anverso, sobre la imagen impresa, el remitente podía escribir algunas palabras de saludo. Esta situación varió hacia 1908, dividiendo el reverso en dos. Un cuadrante se usaba para la dirección y el otro para un mensaje un poco más extenso. Esto evitaba dañar la imagen de la postal.

Inicialmente y hasta que se inventó y popularizó la fotografía a color, las postales impresas eran en blanco y negro o “iluminadas” utilizando diferentes placas de color para lograr el efecto. Este es el sistema offset que se fue perfeccionando con el tiempo. Esos tonos de las postales originales eran muy bellos y les daban un matiz especial.

En el Perú las postales hicieron su aparición con el cambio de siglo. Hubo varios impresores y fotógrafos dedicados a la producción de fotografías de todo el país, destacando entre ellos Eduardo Polack Shneider, Max T. Vargas, Sablich, Zolner hermanos, Birimisa y hasta las hay producidas por el fotógrafo cusqueño Chambi quien ha dejado imágenes de Arequipa.

A fines del siglo XIX había revistas gráficas, pero además de ser de pequeño tiraje, eran consumidas solo a nivel local mientras que las postales fueron la primera forma eficiente y a costo razonable con la que los turistas y nacionales pudieron hacer conocido el Perú

Marco de referencia

La necesidad de mostrar al mundo parte de la cultura peruana que corresponde a fines del siglo XIX, con sus imponentes construcciones de la época, sus calles y avenidas que guardan historia, la planificación de las ciudades, así como sus costumbres y tradiciones se encuentran enmarcadas en las postales.

El avance de la fotografía hizo que ya a fines del siglo XIX había técnicas que permitían reproducir las imágenes a bajo costo y con rapidez y, uno de los efectos colaterales fue la aparición de una nueva forma epistolar que fueron las postales.

Comprometidos a continuar con nuevos retos y aportes en la línea de investigación y el uso de las tecnologías de Información y Comunicación (TICs) La Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía conjuntamente con la Escuela Profesional de Ingeniería Informática presentan el proyecto denominado Museo Virtual de imágenes Históricas del Perú, teniendo como finalidad la creación de una exposición permanente en la plataforma virtual de la URP donde se mostrarán las principales postales de colección del historiador Eduardo Dargent Chamot quien indica en una reflexión *“el patrimonio pertenece a todos yo solamente soy un guardián temporal”* poniendo a disposición del público peruano e internacional su colección privada cuyas imágenes las ha donado a la URP.

La colección del Museo está dividida en una primera sala compuesta de las postales de Lima y sus alrededores; una segunda sala que incluirá los distritos limeños incluyendo la provincia constitucional del Callao. Seguidamente, las demás provincias de la región. Una tercera sala de las postales de otras regiones del país.

El proyecto está dirigido por los señores directores de ambas escuelas y, conforman el equipo productor los profesores: Eduardo Dargent Chamot, Sylvia Malpartida Olivera de la EPTHG, Julio Augusto Valverde Chávez de la EPII y la colaboración de 6 alumnos de ambas escuelas.

Objetivos

El museo virtual propone los siguientes objetivos:

- Transmitir conocimiento a través de las imágenes fotográficas del Perú desde inicios del siglo XX producidas originalmente como la única forma masiva de conocer los distintos lugares del país.
- Promover el uso de la tecnología en los estudiantes, investigadores y público en general como un nuevo enfoque de la investigación.
- Desarrollar un producto de software reutilizable para implementar Recorridos Virtuales en beneficio de la Universidad Ricardo Palma
- Contribuir con la sociedad en el proceso de aprendizaje de la historia peruana.
- Promover los viajes y turismo desde una nueva perspectiva.

Presupuesto

Los honorarios de los profesores asignados por la EPTHG fueron comprendidos en sus tareas bajo el rubro de horas no lectivas ya programadas. En el caso del profesor de la EPII correspondió a sus horas lectivas igualmente previstas para el semestre 2020-II.

Cronograma

Las actividades designadas estuvieron a cargo de los docentes responsables del proyecto las que fueron ejecutadas por ellos y por sus estudiantes.

Cronograma de Trabajo					
Actividades	MES				
	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero
<i>Coordinación con el director de la Escuela Profesional de Ingeniería Informática.</i>	X				
<i>Coordinación con el docente designado por la Escuela Profesional de Ingeniería Informática.</i>	X	X	X	X	X
<i>Elaboración del contenido temático histórico.</i>	X	X	X	X	X
<i>Reuniones con los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Informática.</i>	X	X	X	X	X
<i>Elaboración Circuito Turístico Lima y distritos</i>			X	X	
<i>Entrega del museo primera sección Lima y distritos</i>					X

Plataforma de implementación y despliegue

VISITAS VIRTUALES:

Museo de Imágenes históricas del Perú.

FOTO-GALERÍA DE LA ESCUELA DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD RICARDO PALMA- VVFGURP



REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y PRODUCTOS

Los módulos, herramientas y/o aplicaciones informáticas a versión de producción se han apegado a las siguientes especificaciones técnicas:

- ✓ Lenguaje de programación: C#, .net Core 3.1
- ✓ Tipo de base de datos: SQL
- ✓ Sistema operativo: Windows
- ✓ Memoria RAM: Se recomienda mínimo 2 Gb
- ✓ Servidor web: IIS
- ✓ Almacenamiento de la app: Se recomienda mínimo 120 Mb
- ✓ Almacenamiento en la nube para archivos multimedia: Se recomienda mínimo 2Gb por ahora esta cifra puede estar sujeto a cambios.

Actualmente los archivos multimedia (fotos) ocupan 30 Mb en 6 salas.

Si se cuenta con archivos mp3 cada archivo podría pesar entre 5 Mb a 10 Mb cada uno.



VERSIÓN BETA

Los módulos, herramientas y/o aplicaciones informáticas a versión beta:

- ✓ Pila de entorno: .net Core 3.1
- ✓ Base de datos: SQL
- ✓ Servidor web: Instancia de web app (Azure)
- ✓ Blob Storage
- ✓ URL : <https://galeriaurp.azurewebsites.net>



REQUERIMIENTOS FUTUROS

Como en todo sistema, en el futuro se requerirá de un administrador que preserve el sistema en su óptimo estado. Esto implica seguridad, actualizaciones del software, evolución y gestión del mismo.

Finalizado el trabajo por ambas escuelas profesionales se elaboró el programa para su lanzamiento para cuyo fin se diseñó la correspondiente invitación.

INVITACIÓN

MUSEO VIRTUAL DE IMÁGENES HISTÓRICAS DEL PERÚ

El rector de la Universidad Ricardo Palma y los directores de las escuelas profesionales de Turismo, Hotelería y Gastronomía e Ingeniería Informática, tienen el agrado de invitar a usted a la inauguración virtual del proyecto "Museo Virtual de Imágenes Históricas del Perú".

Iván Rodríguez Chávez, Carlos Villena Lescano y Humberto Víctor Linárez Coloma agradecen anticipadamente su gentil asistencia.

Fecha: 13 de diciembre de 2021
Hora: 4:30 pm
Enlace: <https://bit.ly/3DZaSWO>



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA



52 Años



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía
Accreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Ingeniería Informática



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía
Accreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

MUSEO VIRTUAL DE IMÁGENES HISTÓRICAS DEL PERÚ

PROGRAMA

- Palabras del magíster Carlos Villena Lescano, director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía
- Palabras del ingeniero Humberto Víctor Linárez Coloma, director de la Escuela Profesional de Ingeniería Informática.
- Palabras del doctor Eduardo Dargent Chamot, docente investigador de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma.
- Palabras del doctor Iván Rodríguez Chávez, rector de la Universidad Ricardo Palma.
- Corte de cinta e inauguración del museo virtual

■ Palabras del doctor Eduardo Dargent Chamot, docente investigador de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía

El Museo Virtual de Imágenes Históricas del Perú es un aporte de la Universidad Ricardo Palma a los estudiantes, investigadores y público en general que quiere conocer o requiere ilustrar algún trabajo sin tener las limitaciones que se encuentra cada vez más a menudo en las exigencias monetarias por utilizar imágenes que siendo parte de nuestro patrimonio, pertenecen a todos.

Gracias al entusiasmo del director de la Escuela de Turismo Hotelería y Gastronomía, magister Carlos Villena Lescano y del director de la Escuela de Ingeniería Informática ingeniero Humberto Víctor Linárez Coloma se gestó este proyecto que contó desde su inicio con el decidido apoyo de nuestro rector el doctor Iván Rodríguez por el aporte que significa a la comunidad y el enfoque interdisciplinario que demuestra en su ejecución.

Se ha iniciado este emprendimiento con las postales por ser estas una colección ilustrada del Perú que puede ser considerada justamente la primera de fotografías a nivel nacional. En esta primera entrega se presentan las postales del centro de Lima, destacando los lugares más atractivos de las plazas y avenidas. Más adelante se incorporarán los demás distritos de la capital, la provincia constitucional del Callao y con el tiempo se completará la colección con las demás regiones del país.

Las postales, y este es un motivo importante para haber comenzado con ellas, son una forma epistolar específicamente del siglo XX. A diferencia de la historia milenaria de las cartas, las postales han tenido una breve vida de solo un siglo. Se iniciaron a finales del XIX y a finales del XX, por las facilidades del correo electrónico prácticamente desaparecieron. La colección del museo, sin embargo, solo cubre la primera mitad del siglo XX ya que posterior a esa fecha la imagen a color ya era común tanto en revistas como en otros medios, mientras que, en la primera mitad, iniciándose con las postales iluminadas y posteriormente con distintas formas de off set eran una novedad.

La promesa del museo de imágenes es que pronto se comenzarán a incluir también una colección de fotografías de personajes peruanos del siglo XIX en el formato “Carte de Visite” que eran intercambiadas por las personas con sus amigos y coleccionadas por algunos, incorporando las de los presidentes, héroes y otros destacados ciudadanos. Aparte de las Carte de Visite que son, como su nombre lo indica de la dimensión aproximada de las tarjetas de visita, se incluirán otras fotografías en formatos mayores.

Pero regresemos a las postales. A lo que se presenta hoy en la inauguración del museo. En esta primera entrega podrán apreciarse los trabajos de varios especialistas entre los que destaca Eduardo Polack cuyo estudio en la esquina de Mantas y Mercaderes ha quedado registrado en una de las primeras postales del museo sirviendo de marco a la Plaza de Armas.

Como era de esperar es justamente por la Plaza de Armas por donde se inicia el recorrido de la vieja ciudad y avanzando por el jirón de la Unión se llega a la Plaza San Martín y desde ese punto el recorrido se dirige por la Colmena hasta la plaza Dos de Mayo y el Parque Universitario, luego se llega al Paseo de la República desde donde se visita el Paseo Colón, los parques aledaños y la Plaza Bolognesi para luego perderse por los barrios altos.

La Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, con el apoyo de la Escuela de Ingeniería Informática esperan haber cumplido con el propósito de este encargo de la universidad y que

el museo demuestre ser de utilidad para todos aquellos a quienes está dedicado.

No quiero terminar estas palabras sin agradecer de manera muy especial al alumno Félix Aparcana y al fotógrafo Rusmell Navarro quienes dedicaron muchas horas a este proyecto y sin cuya ayuda lo que inauguramos hoy no hubiese sido posible.



El doctor Iván Rodríguez Chávez, rector de la Universidad Ricardo Palma corta la cinta durante la ceremonia de inauguración.



Enlace:

<https://bit.ly/32CBMpy>

Personalidades de la actividad turística nacional e internacional que nos han hecho llegar sus felicitaciones.

Estimado Don Carlos

Es mi deseo expresar mis más sinceras felicitaciones por este gran aporte a la cultura de las Américas y especialmente al Perú.

A nombre de la CONPEHT extendemos la más cariñosa felicitación y hacemos deseos para que esta iniciativa tenga el éxito deseado y que proyecte la riqueza de esta gran cultura peruana.

Reciba un fraternal y panamericano abrazo colectivo de nuestros miembros del Consejo Directivo de las 111 Instituciones académicas y 22 países que la integramos. Esperamos vernos pronto para lograr celebrar este gran reto que desde ahora auguro un éxito.

Saludos desde Cholula Puebla, México.

Mtra. María del Carmen Morfín.

Presidente

Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería y Gastronomía y Turismo - CONPEHT

Buenísimo Carlos.

Cuenta con nosotros. El año que viene tendremos eventos en LatAm de innovación. Sería muy bueno que pudieras venir. Mil gracias

Natalia Bayona

Directora

Innovación, Educación e Inversiones de la Organización Mundial del Turismo - OMT

Estimado magíster Carlos Villena Lescano

Le expreso mis cálidas felicitaciones por esta extraordinaria iniciativa académica en pro de la educación universitaria de nuestra URP. Le pido que la haga extensiva a sus profesores. ¡Un fuerte abrazo!!!

Cordialmente,

Dr. Carlos Cavani Grau

Director

Escuela Profesional de Marketing Global y Administración Comercial
Universidad Ricardo Palma

Estimado director Carlos Villena Lescano

Lo felicito por su trabajo, por la originalidad y perseverancia mostrada para alcanzar sus metas. Estaré presente en el enlace que me presenta en la hora señalada. Reciba mi abrazo fraterno,

Dr. Eduardo Arroyo Laguna

*Director de la Oficina de Imagen Institucional
Universidad Ricardo Palma.*

Es grato saludarlo y agradecerle por su gentil invitación para participar de un acontecimiento que marca un hito en la transformación digital que nuestro gremio, el sector turismo y su escuela hemos iniciado con gran dedicación.

Las puertas que se abren del Museo Virtual de Imágenes Históricas el Perú, creación de la Universidad Ricardo Palma, es una muestra cabal de su capacidad de innovación llevada al campo del turismo y la educación por sus múltiples aplicaciones para nuestras empresas y profesionales. Los conocimientos que trae el museo y sus salas nos conducen a escenarios sorprendentes de Lima de inicios del siglo XIX los que comprenderán luego a todo el país.

Nuestras empresas y sus guías oficiales de turismo tienen en este museo una nueva fuente de estudio y aprendizaje que fortalecerán los contenidos de la cultura el Perú. Reciba usted nuestro agradecimiento y felicitación por este logro que suma al desarrollo del turismo peruano y que enaltece nuestros vínculos de aliados que honran el convenio suscrito con el señor rector de la URP y APAVIT.

Atentamente,

Ricardo Acosta La Rosa

*Presidente de la Asociación Peruana
de Agencias de Viajes y Turismo-APAVIT*





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

CLUB DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

APLICACIÓN DEL MÉTODO CIENTÍFICO A LA TESIS



sábado 13 de noviembre



16:00-18:00

LOS GRANDES TEMAS A TRATAR:

Investigación cuantitativa y cualitativa,
dimensiones, variables, etc.

**Dictado por el doctor en Educación
Miguel Armesto Céspedes**

Va para toda la EPTHG



**UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA**
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



**Don José Fernando
Carrillo**

Desde el fin del Camino de Santiago en Galicia, España

Las experiencias de un peruano, marista, emprendedor, líder y exalcalde de Fisterra nos transmite sus logros para convertir su pequeño puerto en un destino en España al final del célebre recorrido de millones de peregrinos.

TEMA:

**Experiencias y logros del desarrollo
turístico local de Fisterra, Galicia
en España.**



**Jueves 25 de
noviembre 2021**



**15:00 horas
de Lima**

»»» **Para los alumnos de la URP, válido para tu
récord de bachillerato al 100%** <<<

REGISTRO SOLO EN LA PLATAFORMA URP

Carrillo Ugarte, nuestro expositor, vive hace más de cuatro décadas en España. En el Perú, estudió en el Colegio San Luis de los Hermanos Maristas en Barranco, congregación religiosa donde también se formó como profesional en la educación. Fue también docente en el Colegio Champagnat de Chosica.

Llegó a Fisterra como inmigrante, donde por muchos años se desempeñó como maestro en un colegio secundario local forjando generaciones de jóvenes, tanto en lo académico como en lo deportivo. Su identificación con la comunidad lo llevó a formar parte de diferentes organizaciones cívicas y políticas que luchan por mejorar la calidad de vida para sus habitantes. En 1991 fue elegido alcalde siendo gestor de grandes cambios positivos para la ciudad, convirtiéndolo en un importante destino turístico en la Ruta Jacobea. En Fisterra, donde ha echado raíces, ha logrado establecer una gran familia, sus hijos están vinculados a la actividad turística y es muy querido por sus habitantes, quienes lo recuerdan con gran cariño, donde sigue muy activo actualmente en las Juntas Vecinales.

UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía
Accreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

CANATUR
CAMARA NACIONAL DE TURISMO DEL PERU

XV CONGRESO NACIONAL

7 y 8 de diciembre de 2021

Propuesta de la academia para la reactivación del turismo peruano

Mg. Carlos Villena Lescano

PERÚ Ministerio de Cultura

UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

QHAPAQ ÑAN
PERU Cede Nacional

“ EL QHAPAQ ÑAN: IDENTIFICACIÓN, TIPOS Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ”

13 y 14 de octubre
De 15:00 a 17:00 horas

PRIMER DÍA	SEGUNDO DÍA
<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">1ro</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>Presentación: Características e Identificación de caminos.</p> <p><i>Lic. Guido Casaverde.</i></p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">1ro</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>El Camino Longitudinal de la Costa, Ejemplo.</p> <p><i>Lic. Alfredo Bar.</i></p> </div> </div>
<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">2do</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>Breve revisión del Análisis para el estudio del Qhapaq Ñan y nueva clasificación de vías.</p> <p><i>Lic. Miguel Cabrera.</i></p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">2do</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>El Camino hacia la Selva, Ejemplo.</p> <p><i>Lic. José Luis Díaz.</i></p> </div> </div>
<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">3ro</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>Componentes arquitectónicos, tipos de caminos.</p> <p><i>Lic. María Sonia Ríos V.</i></p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">3ro</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>La Base de Datos del Proyecto Qhapaq Ñan y el módulo de gestión, para definir posibles rutas de interés turístico.</p> <p><i>Ing. Julio Fernández</i></p> </div> </div>
<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">4to</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>El Camino Longitudinal de la Sierra, Ejemplo.</p> <p><i>Lic. Joseph Bernabé.</i></p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #2e7d32; color: white; border-radius: 50%; padding: 5px; margin-right: 10px;">4to</div> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="margin-left: 10px;"> <p>El Qhapaq Ñan como Patrimonio Mundial y su relación con el turismo en nuestro país.</p> <p><i>Lic. María Sonia Ríos V.</i></p> </div> </div>

ENLACE: <https://bit.ly/3mMtT7i> CUPOS LIMITADOS

100% de asistencia válido dos conferencias.

INFORMES: Sylvia Malpartida Olivera
pqn.gep@gmail.com

sylvia.malpartida@urp.edu.pe
📞 944 483 612



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



"Formamos Seres Humanos para una Cultura de Paz"

CONVERSATORIO VIRTUAL

**PUESTA EN VALOR DE LA ZONA
ARQUEOLÓGICA MONUMENTAL LAS ALDAS
CASMA - ANCASH**



Lic. Martín Chanta Vargas
Responsable de gestión del
Proyecto Arqueológico Las Aldas



Lic. Arturo Juan Noel Espinoza
Co-Director del Proyecto
Arqueológico Las Aldas

03 DICIEMBRE 16:00 - 18:00



REGÍSTRESE AQUÍ

<https://bit.ly/3l6taOt>

VÁLIDO PARA EL TRÁMITE DE EGRESO

INFORMES: Destiny Ninamango 999 798 343

Dando cumplimiento al sílabo del curso taller **Organización de Eventos** a cargo de la licenciada **Carmen del Rocío Acuña Nava**, el pasado 03 de diciembre de 2021, se llevó a cabo el conversatorio virtual **Puesta en valor de la zona arqueológica monumental Las Aldas**, contando con la valiosa participación de dos arqueólogos estrechamente vinculados a la gestión de los trabajos adelantados en tan importante vestigio patrimonial.

Objetivo general:

Promover el conocimiento de la Zona Arqueológica Monumental Las Aldas con énfasis en el ámbito cultural. Asimismo, analizar su contribución al desarrollo turístico del distrito de Casma, región Ancash.

Objetivos específicos:

- Dar a conocer el proceso de la puesta en valor de la Zona Arqueológica Monumental Las Aldas.
- Analizar el impacto económico, social y cultural que generará el desarrollo turístico en la caleta La Gramita, distrito de Casma.
- Contribuir a la formación profesional de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, con la realización de eventos académicos de envergadura.
- Poner en práctica los conocimientos obtenidos en el curso taller Organización de Eventos, sobre el proceso administrativo de reuniones que todo evento requiere para su puesta en escena.

Ponentes:

- Lic. Martín Chanta Vargas
- Arqueólogo responsable de Gestión del Proyecto Arqueológico Las Aldas
- Lic. Arturo Noel Espinoza
- Arqueólogo codirector del Proyecto Arqueológico Las Aldas

Ejes temáticos desarrollados:

- Reseña histórica de la Zona Arqueológica Monumental Las Aldas

- Proceso a seguir para la puesta en valor de la Zona Arqueológica Monumental
- ¿Qué beneficios generará al distrito de Casma, cuando la Zona Arqueológica Monumental Las Aldas sea considerado como atractivo turístico?

Público potencial:

- Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía y profesionales vinculados al sector turismo.

Fecha del evento:

- Viernes 3 de diciembre de 2021

Hora:

- De 16:00 a 18:00 horas

Comisión organizadora del evento integrada por los siguientes alumnos del curso taller Organización de Eventos:

- Destiny Joy Ninamango Berrocal: coordinadora general del evento
- Milagros Juana Fernández Surco: moderadora
- Lesly Alessandra Saldarriaga Hernández: integrante
- Ronaldo Junior García Eusebio: integrante
- Jesús Jean Pierre Alfaro Rodríguez: integrante
- Andrea Celeste Calderón Cruz: integrante
- Luis Alonso Piedra Reátegui: integrante

Al final del evento, como es usual en nuestra escuela profesional, se otorgaron los correspondientes certificados de participación a los ponentes.



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN

El director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía que suscribe, hace constar su profundo agradecimiento al

Lic. Martín Alonso Chanta Vargas

Por su excelente participación en calidad de ponente en el conversatorio virtual: **Puesta en Valor de la Zona Arqueológica Monumental Las Aldas**, desarrollado en el marco de la asignatura Organización de Eventos el día 3 de diciembre del año en curso.

Lima, diciembre de 2021.



Carlos Villena
Mag. Carlos Villena Lescano
Director



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN

El director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía que suscribe, hace constar su profundo agradecimiento al

Lic. Arturo Juan Noel Espinoza

Por su excelente participación en calidad de ponente en el conversatorio virtual: **Puesta en Valor de la Zona Arqueológica Monumental Las Aldas**, desarrollado en el marco de la asignatura Organización de Eventos el día 3 de diciembre del año en curso.

Lima, diciembre de 2021.



Carlos Villena
Mag. Carlos Villena Lescano
Director



MUSEO VIRTUAL
de Imágenes Históricas del Perú-URP

Arre, borriquito, vamos a Belén,
que ha nacido un niño para nuestro bien.
Arre, borriquito, vamos a Belén,
que mañana es fiesta, pasado también

*El mes de diciembre en la antigua
Lima. Tradición de Ricardo Palma*

Para toda la comunidad de la URP y del turismo peruano, que
el 2022 sea el año de la reconstrucción de nuestro sector.

Son los mejores deseos de la



**UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA**
Escuela de Turismo, Hotelería y
Gastronomía

Con la difusión del presente saludo por las fiestas navideñas y el nuevo año 2022 finalizamos las tareas académicas y de investigación correspondientes al Ciclo 2021-II y las reanudaremos a partir del mes de febrero del presente año, de lo que damos cuenta en la presente edición.

Con el Ciclo 2022-I y 2022-II traeremos una serie de nuevas actividades que las iremos divulgando en próximas ediciones.



Escuela Profesional de
**Turismo, Hotelería
y Gastronomía**



Charla Informativa

Prepárense para el
Tsunami del Turismo



**Miércoles
02 Febrero**



6:00 P.M.

Estudia la carrera de
Emprendimiento

Inscríbete Aquí

| *Mag. Juan José Vásquez Pittman*

Si el 2020 dejó la palabra “reinvéntate” grabada en la memoria de las personas debido a que la frase “distanciamiento social” lapidaba la industria turística-hotelera, el 2021, la palabra más escuchada fue “vacúnate” y con ella se vislumbraba un panorama de gradual apertura y desplazamiento.

El acercamiento social empezaba a desplazar gradualmente al distanciamiento social. El 2020, esta súbita retirada humana global, mostraba escenarios desérticos, cual retirada de mar antes de un tsunami. El 2021, cuando empezábamos a lograr la inmunidad debido a las vacunaciones masivas, se empezaba a avistar un gradual, masivo y consistente retorno humano global. Un retorno que se empieza a evidenciar en los datos estadísticos de empresas aéreas, turísticas y hoteleras a nivel mundial; un retorno creciente e imparable que inspira a los gurús de la industria de la hospitalidad a acuñar la frase **Tsunami Turístico**. Frase elegida por el magíster Juan José Vásquez Pittman, docente de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, para titular el webinar destinado a orientar y hacer reflexionar a todos aquellos jóvenes que sienten interés y vocación por esta renovada y generosa profesión: **Turismo, Hotelería y Gastronomía**.



Escuela Profesional de
**Turismo, Hotelería
y Gastronomía**

Escuela Acreditada
Internacionalmente por



Charla virtual Reactivación del Turismo

Inscríbete aquí



**Miércoles
02 Marzo**



6:00 P.M.

Gamille Odé Sánchez
*Alumna invitada
del 5to. ciclo*



**Mg. Carlos
Villena Lescano**

Director de la Escuela de
Turismo, Hotelería y
Gastronomía de la URP



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

Capacitación Docente
EPTHG 2021-II

Invitamos a la planta docente a
un breve ciclo de conferencias

Taller: Revisiones sistemáticas en la especialidad de Turismo, Hotelería y Gastronomía.



Martes 22 de febrero y
viernes 25 de febrero 2022



18:00 a 21:00

- ✓ **Martes:** Teoría de desarrollo y uso de buscadores
- ✓ **Viernes:** Aplicación de matriz prisma



Doctor Miguel Armesto Céspedes

Prestigioso especialista en investigación científica

Les agradeceré considerar esta presentación en sus agendas
Mg. Carlos Villena Lescano. Director



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

**¿Quieres estudiar una
carrera de emprendimiento?**

Estudia

**Turismo, Hotelería y
Gastronomía en la URP**

***Plan de estudios con el
desarrollo de 6 talleres:***

- ✓ Suite Hotel 5 estrellas
- ✓ Agencia de Viajes Escuela
- ✓ Aula Gastronómica
- ✓ Lavandería
- ✓ Cocina
- ✓ Restaurante
- ✓ Panadería y pastelería

La industria turística y gastronómica te espera

Bienvenidos cachimbos de la promoción 2022-2026



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

BIENVENIDOS
CA
CHIM
BOS
de la Promoción
2022-2026

Les damos el más cordial y afectuoso recibimiento por haber ingresado por la puerta grande a la URP. Comprobarán en esta escuela que no se equivocaron en elegirla. Los conduciremos hacia nuevos horizontes para reconstruir el Perú con mucho compromiso, esfuerzo y valentía.

Les desea su director, profesores, compañeros de ciclos superiores y trabajadores.

INGRESANTES 2022-1

Apellidos y Nombres

Abad Ninapaita Aldo Marcelo
Arredondo Escobedo Hassiel Briset
Callirgos Cespedes Stephanie
Ccolqqe Cabrera Alejandra Lucía
Córdova Cruz Camila Gabriela
Correa Arias Katherin Alisson
Dueñas Díaz Ariana Miluzka
Gora Florez Dayane Nicole Del Rosario
Guichard Parodi Jeanine Mirelle
Gutiérrez Huamán Alexandra
Huamani Cárdenas Shirley Tatiana
Jimenez Godoy Josué Joaquín
Mellisho Cano Lisseth Mayli

Apellidos y Nombres

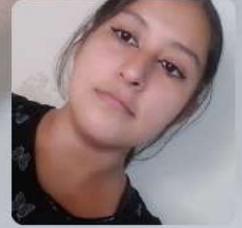
Merino Pumacayo Jacqueline Maritza
Mucha Méndez Marita Nieves
Naveros Vidal Domenica Giulia
Oré Carrasco Melina Pamela
Pérez Llontop Camila Sofía
Pérez Portillo Jade Ariana
Quintanilla Huánuco Victor Emilio
Rodríguez Ambukka María Nickole
Rojas López Kyara Del Carmen
Sánchez Anaya Angie Michelle
Tellez Salas Marcela Dayan
Toribio Rojas Fresi Lorena



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería y
Gastronomía



Los acompañaremos en sus
sueños de convertirse en
emprendedores de la industria del
Turismo, Hotelería y Gastronomía



VOZ Y OBRA DE INSTITUCIONES NACIONALES E INTERNACIONALES



SHARE THIS
CONTENT



Innovación, sostenibilidad y transformación digital: Las claves del futuro del turismo a debate en Andorra

11º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña, los días 23 y 24 de marzo



COMÚ DE CANILLO



Govern d'Andorra



UNWTO
Organización Mundial del Turismo



Andorra



MOUNTAINLIKERS

11º CONGRESO MUNDIAL DE TURISMO DE NIEVE Y MONTAÑA

23 · 25 marzo 2022 · Canillo · ANDORRA

www.mountainlikers.com

- Con la participación de Damien Zisswiller (ATOUT France), Leigh Barnes (Intrepid Travel), Michele Rumiz (Slow Food Travel), Jeremy Smith (El Turismo Declara Estado de Emergencia Climática) y Jordi Grau (chef del Restaurante Ibayá), entre otros
- La mesa redonda de alto nivel del Congreso –con representantes de Andorra, Eslovenia, España, y Grecia– se dedicará a la reactivación del sector
- La parroquia de Canillo será anfitriona de los principales expertos internacionales del sector

«Una nueva mirada hacia el futuro» será el lema de la **11ª edición del Congreso Mundial de Turismo de Nieve y de Montaña**, que tendrá lugar los días 23 y 24 de marzo en Andorra y que contará con más de veinte ponentes internacionales que explorarán soluciones innovadoras para el desarrollo de un turismo de nieve y montaña sostenible. Así lo han anunciado hoy en una rueda de prensa en Madrid en la que han participado, el director de Turismo del Gobierno de Andorra, **Sergi Nadal**, y la directora ejecutiva de la Organización Mundial del Turismo, **Zoritsa Urosevic**.

En esta edición, en la que se espera la participación de **más de 300 profesionales del sector turístico**, profesionales de primer nivel y múltiples representantes institucionales debatirán, durante las dos jornadas, sobre cuestiones como la recuperación del sector, el desarrollo sostenible, la aceleración de la digitalización, la demanda de experiencias más locales, auténticas y sostenibles, la preservación de recursos o la inversión en innovación, entre otras. Entre los participantes estarán **Damien Zisswiller**, director de Ingeniería y Desarrollo de Territorios de Atout France; **Leigh Barnes**, gerente de comunicaciones corporativas de Intrepid Travel; **Michele Rumiz**, director de Slow Food Travel; **Jeremy Smith**, cofundador de El Turismo Declara Estado de Emergencia Climática; y **Jordi Grau**, chef del Restaurante Ibaya.

Organizado por la **Organización Mundial del Turismo** (OMT), el Gobierno de Andorra y el Ayuntamiento de Canillo, el Congreso está enmarcado en las celebraciones del Año Internacional del Desarrollo Sostenible de las Montañas de las Naciones Unidas.

En la rueda de prensa, la jefa de Inteligencia de Mercados Turísticos y Competitividad, **Sandra Carvao**, destaca: “En un momento de nuevos desafíos tenemos que aprovechar la oportunidad para repensar la contribución del turismo al desarrollo de las regiones de montaña. Juntos, debemos encontrar soluciones concretas que aporten beneficios y

oportunidades a las comunidades, vertebradas en torno a la sostenibilidad y la innovación para asegurar un equilibrio con el frágil entorno de las montañas.”

Sergi Nadal, director de Turismo del Gobierno de Andorra, ha asegurado que “el impulso de la transformación digital para la reactivación del turismo es un elemento clave para el futuro del sector. Este año, con la voluntad de alinearnos con este objetivo, el Congreso reunirá a los profesionales internacionales de referencia para poner en común experiencias y nuevos modelos que se promueven en todo el mundo”. Asimismo, Nadal ha puesto en valor el papel estratégico de Andorra y ha señalado que “para el país y, especialmente, para Canillo, como parroquia anfitriona, es un placer acoger un año más el evento de referencia para el sector turístico y, muy especialmente, para el turismo de nieve y de montaña”.

Reactivación y nuevas tendencias

La inauguración del 11º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y de Montaña irá a cargo de **Xavier Espot Zamora**, Jefe de Gobierno de Andorra, **Zurab Pololikashvili**, secretario general de la OMT, y **Francesc Camp Torres**, alcalde de Canillo.

El Congreso incluye una mesa redonda de alto nivel sobre la recuperación y la mirada hacia el futuro de los destinos de montaña, que servirá como marco para alinear a los actores de todos los sectores y fronteras en políticas y acciones. Debatirán sobre las políticas necesarias para avanzar en el turismo de montaña el **Sr. Fernando Valdés**, Secretario de Estado de Turismo de España, el **Sr. Jordi Torres Falcó**, ministro de Turismo y Telecomunicaciones de Andorra; el **Sr. Simon Zajc**, secretario de Estado en el Ministerio de Desarrollo Económico y Tecnología de Eslovenia; y la **Sra. Sofia Zacharaki**, viceministra de Turismo de Grecia.

Para abordar los principales temas, el encuentro se dividirá en cuatro sesiones que debatirán la transformación digital y el turismo del futuro; la gastronomía y el consumo sostenible; experiencias innovadoras en

destinos de montaña; y la creciente demanda de los consumidores hacia la sostenibilidad de los destinos. Además, en el contexto del Congreso, la OMT presentará, junto a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), el informe recientemente publicado sobre Turismo de Montaña Sostenible.

Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña

Es una iniciativa de los siete ayuntamientos y del Gobierno de Andorra, juntamente con la OMT, con la voluntad de constituir un fórum de debate permanente sobre el desarrollo y la sostenibilidad del turismo en zonas de montaña. Con una periodicidad bienal, la primera edición se celebró en el año 1998 en Escaldes-Engordany y, desde entonces, cada edición se organiza en una parroquia distinta. Desde hace unas semanas, las inscripciones para asistir a las diversas ponencias, mesas redondas y actividades están abiertas.





SHARE THIS
CONTENT



La OMT y la UCCI se alían para definir el futuro del Turismo Iberoamericano

La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) unen esfuerzos para el desarrollo de la 'Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro' de la UCCI (EIT). Esta herramienta permitirá fortalecer y redefinir el modelo de turismo de las ciudades, en torno a la innovación y la sostenibilidad de las ciudades capitales iberoamericanas.

Estrategia Iberoamericana del Turismo del Futuro de la UCCI (EIT)

"Vamos a trabajar con la UCCI para que un creciente número de destinos, respaldados por la innovación y la tecnología, mejoren la experiencia turística y alcancen el objetivo compartido de aumentar el bienestar de sus comunidades", ha dicho Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT.

Según la secretaria general de la UCCI y concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, Almudena Maíllo, la EIT será una herramienta "transformadora a nivel global y una iniciativa pionera en la región que se plantea como una labor estratégica de recuperación económica del sector, con el foco puesto en reforzar la identidad turística iberoamericana".

Reactivando el turismo regional

Se trata de reforzar la identidad turística Iberoamericana, empleando herramientas que permitan desarrollar estrategias para que las ciudades se reconozcan como destinos turísticos inteligentes. La comisión de trabajo, que se constituyó en abril de 2021 y que construirá esta hoja de ruta, está liderada por la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas y la Organización Mundial del Turismo, y conformada por los responsables de turismo

"Vamos a trabajar con la UCCI para que un creciente número de destinos, respaldados por la innovación y la tecnología, mejoren la experiencia turística y alcancen el objetivo compartido de aumentar el bienestar de sus comunidades"

de Andorra la Vella, Bogotá, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Madrid, Rio de Janeiro y São Paulo; así como directivos de la Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) y de la Unión Internacional de Transporte Público (UITP).

Tanto CGLU como la UITP apoyaron a la EIT desde sus inicios, reconociendo su gran potencial para la reactivación del turismo en el contexto de la post pandemia.

La transformación digital para impulsar destinos turísticos inteligentes, la toma de decisiones basada en datos, el emprendimiento, los ecosistemas de innovación enfocados en turismo, las experiencias turísticas únicas apoyadas en tecnología, así como la cooperación entre las ciudades, fueron algunas de las prioridades compartidas por las ciudades capitales participantes. Todo ello, será plasmado por la OMT y la UCCI en el documento final de la EIT, cuyo lanzamiento está previsto para el próximo mes de julio de 2022.

Esta alianza ha sido formalizada a través del Acuerdo de Cooperación entre la OMT y la UCCI, suscrito por el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili y la secretaria general de la UCCI, Almudena Maíllo, en la sede de la OMT.

Sobre UCCI

Fundada en octubre de 1982, la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas es una organización internacional de carácter local.

Cuenta con cuatro décadas de trabajo continuo y especializado en el fortalecimiento institucional e impulso a políticas públicas locales, a través de la formación e intercambio ciudad-ciudad. Dichas acciones le han permitido atesorar un patrimonio de conocimiento único en el ámbito europeo e iberoamericano. En este contexto, la UCCI asume que los actuales desafíos globales demandan un esfuerzo y trabajo conjunto en el marco de la Agenda 2030.





PERU TRAVEL MART 2022

*La Rueda de Negocios Internacional
B2B más importante del Perú.*

*The most important International B2B
Business Appointment event in Peru.*

• **SAVE THE DATE** •

Del 17 al 20 de Junio
From 17th to 20th of June



Ficha Técnica

Antecedentes

La Cámara Nacional de Turismo del Perú – **CANATUR** se constituyó el 28 de enero de 1971, bajo la modalidad de asociación civil apolítica y sin fines de lucro, agrupando a instituciones, organizaciones y empresas que realizan actividades vinculadas al sector privado de turismo en el Perú.

La **CANATUR** es reconocida por el Estado peruano como la entidad representativa a nivel nacional del sector empresarial turístico por la Resolución Ministerial N° 366-82-ITI/TUR. Es una confederación de gremios privados del sector turismo en el Perú, agrupa a los más importantes gremios de las diferentes actividades del sector, como lo son las Agencias de Viaje y Turismo, Tour Operadores, Hoteles, Restaurantes, Turismo MICE, Guías de Turismo, Transporte Turístico, Turismo de Aventura y Juegos de Azar. Así mismo, están asociadas directamente a la CANATUR las principales empresas del sector turismo del Perú y las universidades privadas con oferta académica de turismo.

Del mismo modo, las CARETUR (Cámaras Regionales de Turismo) son miembros natos de CANATUR al ser las representantes del sector privado de turismo en cada una de las diferentes regiones del Perú, brindándole a la Cámara Nacional de Turismo, a través de las CARETUR, la llegada y el contacto directo con la situación del sector en las regiones.

La Cámara Nacional de Turismo del Perú cumple sus fines contribuyendo al desarrollo económico y social del país, fomentando el turismo interno y receptivo, absolviendo las consultas y emitiendo opinión. Asimismo, organiza congresos, seminarios y otros eventos donde se analizan los distintos temas relacionados con esta actividad económica. También participa en eventos vinculados al turismo, tanto dentro como fuera del país.

Descripción de la actividad

PERU TRAVEL MART, es la rueda negocios internacional (B2B) más importante de la industria turística del Perú, evento profesional que se realiza en nuestro país desde el año 1987. Ofrece la oportunidad única de generar negocios a través citas pre-programadas dentro en un ambiente estrictamente profesional. Es una plataforma que fomenta la promoción y comercialización del Destino Perú, la misma que involucra exclusivamente espacios de negocios entre la tour operación peruana y la tour operación de diferentes mercados internacionales a nivel mundial.

Permite fortalecer la promoción de destinos turísticos de nuestro país que aún no son asociados con el Perú, en el contexto internacional. Buscamos facilitar la diversificación de estos, lo cual constituye una excelente oportunidad para incrementar el número de turistas extranjeros, con miras a la recuperación del Sector en el marco de la actual coyuntura.

A través de los años el **PERU TRAVEL MART** se ha establecido como el evento internacional más importante de la industria turística de nuestro país contando con gran reconocimiento internacional, dado a que su plataforma de negocios ha logrado fortalecer la promoción del Perú y de los nuevos productos turísticos que se han desarrollado en el país, facilitando la diversificación del destino.

EI PERU TRAVEL MART 2022 tiene como objetivo contar con la participación de 100 empresas peruanas especializadas en turismo receptivo, tales como: tour operadores,



hoteles, líneas aéreas, vuelos turísticos, charters, cruceros, transporte terrestre, trenes, restaurantes. Asimismo, convocar la participación de 100 tour operadores, mayoristas y agencias especializadas de diferentes mercados internacionales a nivel mundial con énfasis en Norteamérica.

Dato adicional:

El **PERU TRAVEL MART 2021**, realizada en la ciudad del Cusco, alcanzó la participación de 51 compradores de 14 países y 48 operadores nacionales, gracias a esta importante participación se concretaron más de 1400 citas con gran potencial de negocios.

Número de edición: Vigésimo séptimo - XXVIII

Fechas: del 17 al 20 de junio 2022

Locación: Centro de Convenciones de Lima

Activades dentro del evento:

1. Rueda de negocios: Aproximadamente 35 Citas pre- programadas, 20 minutos cada cita.
2. Seminarios: Turismo Cultural, Turismo Gastronómico, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Incentivos, Turismo Vivencial, Cruceros, Congresos y Eventos, Protocolos, otros
3. Pre & Post Tours: Ofrece a los compradores vivir la experiencia de la oferta existente en Cusco, Arequipa, Puno, Madre de Dios, Trujillo, Chiclayo, Ica y otras ciudades del Perú
4. Tours en Lima: Permite a los compradores conocer los variados productos y atracciones de Lima, nuestra puerta de entrada a Perú como destino.

Quienes participan:

Comprador: Tour operadores, Mayoristas y Agencias de Turismo especializadas de los diferentes mercados internacionales.

Especialidad: MICE, Lujo, Cultura, Gastronomía, Vivencial, otros.

Vendedor: Hoteles, Tour Operadores, Líneas Aéreas, Cruceros, Restaurantes, Transporte turístico a nivel nacional.

Datos organizadores

CAMARA NACIONAL DE TURISMO – CANATUR PERU

www.canaturperu.org

www.perutravelmart.com.pe

¡Ganamos las People's Choice Awards! El pabellón Perú se coronó como el mejor de la Expo 2020 Dubái



Fuente: PROMPERÚ

Gracias al enorme apoyo que recibimos en la votación online, nuestro país fue el ganador entre las 192 naciones participantes en la feria más grande a nivel mundial, que se lleva a cabo en los Emiratos Árabes Unidos.

¡Los premios no paran de llover! **El Pabellón Perú, con el que participamos en la Expo 2020 Dubái**, acaba de recibir un importante reconocimiento: el World Expo Awards en la categoría People's Choice Awards. El espacio peruano en la feria, considerada como la más grande del planeta, fue elegido como el mejor del evento, ubicándose así en el primer lugar entre los 192 países presentes.

El Pabellón Perú, que ha recibido más de un millón cuatrocientos mil visitantes desde su inauguración el 1 de octubre de 2021, fue creado bajo el concepto de “Perú Atemporal”, ofreciendo a los visitantes una experiencia sensorial y una síntesis de nuestro legado histórico, multicultural y megadiverso.

“Este valioso premio nos llena de orgullo y nos anima a seguir mostrando lo mejor de nuestro país en la Expo 2020 Dubái, de manera que el mundo pueda seguir descubriendo los tesoros culturales del Perú, su rica identidad multicultural y su fantástica biodiversidad”, señaló el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Roberto Sánchez.

La decisión llena al país de orgullo porque se ha logrado gracias al arduo trabajo de seis meses, que ha conseguido captar la atención y el cariño del público internacional, que ha mostrado su predilección por nuestro hermoso Pabellón Perú.



Fuente: PROMPERÚ

¡EL MUNDO NOS ELIGIÓ COMO SU FAVORITO!

La revista especializada Exhibitor, que otorgó el premio a nuestro país, realizó una convocatoria virtual para que el público de todo el globo vote por la mejor experiencia vivida en la feria. El Pabellón Perú fue elegido gracias a la manera tan bella y creativa en la que mostró a los asistentes lo mejor de la **cultura, gastronomía** y destinos de nuestro país.

“El pabellón peruano estratégicamente ubicado en la zona “Movilidad” de la Expo, en un espacio de gran flujo que ha permitido superar ampliamente la meta trazada en relación al número de visitantes. Al final del evento se espera alcanzar el millón y medio de visitas”, informó, por su parte, Amora Carbajal, presidenta ejecutiva de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ).

Así se vivió la inauguración de la Feria Internacional de Turismo



La ceremonia contó con la participación de Amora Carbajal, presidenta ejecutiva de Promperú.

El 24 de marzo del año en curso el Santuario Histórico de Lima fue sede de la inauguración de la “Feria Internacional de Turismo 2022”, organizada por la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT). Bajo el lema: “Somos un País Maravilloso, Seámoslo Siempre”, el evento espera impulsar la reactivación turística en las diversas regiones del país.

La inauguración inició con la participación del alcalde de Miraflores, Luis Molina, quien agradeció a los presentes y reafirmó su compromiso de seguir impulsando la reactivación del sector. “Estamos seguros que los más de 100 expositores pondrán a disposición del público sus mejores ofertas en paquetes turísticos para conocer las maravillas

del Perú y del extranjero, con la seguridad y garantía que solo pueden brindar las agencias formales”, puntualizó.

En la misma línea, Ricardo Acosta, presidente de Apavit, resaltó la colaboración de la Municipalidad de Miraflores y Promperú para el desarrollo de la presente feria. “Esperamos contribuir con la tan esperada reactivación del turismo, fomentando la recuperación progresiva de puestos de trabajo. Siendo el turismo uno de los pilares más importantes de la economía del país es fundamental priorizar su recuperación, la cual solo será posible a través de un trabajo conjunto entre sector público y privado”, indicó.

Por su parte, Amora Carbajal, señaló que la presente feria es una oportunidad para que el

canal comercial turístico se vea fortalecido, a través de la presentación de una oferta variada para cubrir las múltiples necesidades del viajero post pandemia. “Desde el Mincetur y Promperú buscamos posicionar a nuestro país como un lugar de experiencias únicas, sobre la base de su riqueza natural y cultural, con la finalidad de que sea reconocido a escala mundial como un destino turístico sostenible y seguro”, agregó al respecto..

Finalmente, Isabel Alvarez, viceministra de turismo, destacó la relevancia de brindar no solo un turismo con belleza paisajística, sino seguro para el viajero nacional y extranjero. “Si no hay un orden en el sector turismo, no podemos combatir la informalidad. Estamos todos abocados a la recuperación del turismo, es el sentir y la responsabilidad del turismo. En ese sentido, el Perú es sus regiones y no podemos olvidarlas”, puntualizó.

Cabe mencionar que la ceremonia concluyó con una presentación de marinera norteña protagonizada por los campeones mundiales Mauricio Wong y Dayana Ñahuis



NUESTROS DOCENTES ESCRIBEN

Incentivos tributarios, inversiones y empleo en el turismo peruano postpandemia II

Por: Mag. Carlos Villena Lescano, director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía



Presentación

Dentro del marco del XV congreso de la Cámara Nacional de Turismo celebrado en diciembre del 2021, presentamos esta ponencia como una contribución de la academia a la reactivación del turismo en el Perú en nombre de la Universidad Ricardo Palma.

En lo fundamental, se trata de recoger el pensamiento económico que propone que uno de los grandes caminos de la reactivación es el de las grandes inversiones que generan grandes proyectos. Ergo, más empleo productivo, directo e indirecto, urbano y rural, permanentes y eventuales.

Siendo absolutamente conscientes que el turismo peruano se encuentra en una situación crítica pero que sus potencialidades se mantienen intactas, hemos traído una exitosa experiencia de la década de los 70 del siglo pasado, llamada Plan COPESCO, proyecto regional de gran envergadura con una inversión de 99 millones de dólares de su época. El resultado fue francamente espectacular.

El camino seguido tiempo atrás, es una guía para echar a andar nuevas propuestas en versiones ampliadas y mejoradas que la de antaño. Creemos que si somos escuchados podremos crear tres nuevos grandes proyectos de inversión tanto públicos como privados en el norte y centro del país mediante una gestión de nuevos destinos.

La propuesta se asienta en la voluntad política de gobernadores, alcaldes, gremios y asociaciones empresariales privadas, academia y los entes comprometidos con el desarrollo sectorial en aquellas zonas donde hemos identificado esas posibilidades.



I. Fundamentos

Este es un aporte que tiene el carácter de lección no aprendida o no recordada por las actuales generaciones del turismo, públicas y privadas, respecto del crecimiento y desarrollo del futuro conectados con la tragedia que vivimos hoy sobre la pandemia. Sabido es que, en estos momentos, la autoridad gubernamental, la de antes y la de ahora, han pensado que la mejor manera de sostener la economía es con bonos, reactivas, rescates, subvenciones, yanapay y otros caminos para remediar lo irremediable.

En su momento, este procedimiento ha tenido un sentido claro que la opinión pública ha tomado de buena gana. Pero el 2022 y hacia adelante tiene que verse con otra perspectiva y horizonte para que el turismo peruano tome otro impulso luego de las terribles circunstancias por las que los emprendedores peruanos del turismo les ha tocado asumir. Para esto, se han revisado las opiniones de grandes que saben de economía: desde el Banco Mundial, Naciones Unidas, FMI entre otros gurús que se han pronunciado sobre el poder de las inversiones para recuperar los dos millones de empleos perdidos en el turismo nacional.

En el caso del Banco Mundial, se apela a la capacidad productiva y señala lo siguiente:

Al reconstruir la economía mundial, los países deben enfrentar desafíos a corto y largo plazo de manera global y simultánea. Ello exigirá una transformación amplia, que movilice todas las reservas de capacidad productiva para generar un desarrollo verde, resiliente e inclusivo. (Banco Mundial, 2021, p. 69)

Asimismo, Naciones Unidas indica que:

Una perspectiva más amplia de las prioridades para promover la inversión en la recuperación sostenible incluye no solo las infraestructuras, sino también las industrias que son clave para el crecimiento de la capacidad productiva. (Naciones Unidas, 2021, p. 26)

Además, el FMI plantea que:

A nivel nacional, se debería seguir adaptando la combinación de las políticas a las condiciones locales de la pandemia y la economía, apuntando al empleo sostenible máximo sin poner en peligro la credibilidad de los marcos de política. (Fondo Monetario Internacional, 2021, p. 16)

Entre los gurús de la economía nacional, se tomaron opiniones de uno de los más destacados y respetados, especialmente por sus comentarios sobre la inversión y el empleo. El economista Luis Gonzáles Izquierdo quien, en una entrevista ofrecida al Diario Trome, (09.01.2022) responde a la cuestión: Si el presidente Castillo le pidiera asesoría para la economía peruana, ¿qué le aconsejaría? Responde así: 5 cosas: 1. fierro a fondo con la vacunación hasta llegar a la inmunidad de rebaño, 2. Reducir la incertidumbre política, económica e institucional, 3. Promover fuertemente la inversión privada, 4. Shock de inversión pública en infraestructura y 5. construir una red social eficiente en educación, salud y seguro de desempleo para los más vulnerables.



2. Breves antecedentes

Con todos estos antecedentes que hacen sólido lo evidente en el mundo, se recuerda a la distancia el verdadero renacimiento y acaso edad dorada del turismo nacional: el gobierno militar de Velasco Alvarado. No se hace acá panegíricos al velasquismo ni mucho menos. No obstante, se anota que ese gobierno destruyó, confiscó y nacionalizó casi todos los sectores de la economía nacional menos al turismo. Por el contrario, creó el Plan COPESCO a quien le encargó desarrollar un enorme y gigantesco proyecto regional: Cusco y Puno en la década del

70. Con US\$ 99 millones se embarcó en un espectacular intento por construir el turismo con esa inversión. Resultado a largo plazo, es decir, el hoy que conocemos con kilómetros de carreteras asfaltadas, hoteles de toda clase y tamaño, restaurantes, líneas aéreas, miles de negocios, escuelas de turismo, bancos, transporte, agencias de viajes, y cientos de etcéteras.

No fue la solución final pero ciertamente llegó el progreso con esa inversión y los miles de emprendedores que se convirtieron en incalculables empleos. El Plan COPESCO fue el aparato ejecutor de proyectos en infraestructura básica, planta turística, restauración de bienes monumentales y capacitación de sus cuadros. Con esa gigantesca inversión llegaron 400 proyectos de inversión privada con el decreto ley 20104 que se explican luego. Pero se registra al Plan COPESCO de entonces no el de hoy que hace obras de menor envergadura, acaso interesantes pero que con ellas nunca se crecerá por mirar lo menudo y fuera del horizonte.

Ahora es sustantivo ver lo que hicieron y hacen otros países en materia de grandes proyectos: Cancún, Riviera Maya en México, Costa del Sol en España, Languedoc Rousillon en Francia, Tren Maya del hoy del presidente López Obrador, Golfito Jiménez en Costa Rica o el del Parque Nacional de Iguazú. Todos son proyectos gigantes que comprenden inversión pública y privada y con el premio mayor: miles de puestos de trabajo directos e indirectos, precisamente lo que nos hace falta.

En el XV Congreso de CANATUR de diciembre pasado la Universidad Ricardo Palma propuso la fórmula de encarar y asumir grandes proyectos de turismo en lugar de los microscópicos que los gobernantes de turno, el de ahora y los de antes se empeñan en una cruzada ciega que a nada conduce para impactar al mercado, proponer nuevos productos y diversificar nuestra débil oferta. Paralelamente, se mostró el por qué somos uno de los motores de la economía nacional comparativamente de otros que generan menos empleo pero que tienen ventajas en materia de incentivos. Veamos este cuadro.

RANKING DE LOS MOTORES DE LA ECONOMÍA DEL PERÚ EXPORTACIONES TOTALES POR PRODUCTOS				
	1	2	3	4
1986	Cobre	Turismo	Petróleo	Plomo
1990	Cobre	Turismo	Petróleo	Plomo
1995	Cobre	Turismo	H. de Pes	Oro
2000	Oro	Turismo	Cobre	H. de Pes
2010	Cobre	Oro	Turismo	Agropec
2019	Cobre	Oro	Agropec.	Turismo

Fuente: Memorias BCRP

3. Los incentivos tributarios

En el paquete de facultades otorgadas por el Congreso de la República al Poder Ejecutivo para que legisle en materia tributaria y fiscal emitió la Ley N° 31380 **Ley que delega en el poder ejecutivo la facultad de legislar en materia tributaria, fiscal, financiera y de reactivación económica a fin de contribuir al cierre de brechas sociales** de fecha 23.12.2021. En el Congreso de CANATUR citado estuvo presente el presidente de la Comisión de Economía quien ofreció ayuda, soporte, socorro y amparo a una industria en cenizas.

Pero la ley solo ofreció delegación de ventajas a otros sectores de manera expresa:

Art. 2. A.11. Aplicar al sector acuícola, forestal y de fauna silvestre, el régimen del Impuesto a la Renta y el beneficio de la depreciación acelerada, incluyendo el plazo de vigencia, regulados en el artículo 10 de la Ley31110, Ley del Régimen Laboral Agrario y de Incentivos para el sector agrario y riego, agroexportador y agroindustrial, para lo cual se tendrá en cuenta las particularidades de dichos sectores.

Esta norma es la expresión más clara del sentir de las autoridades sobre el significado del turismo hoy destruido. Pero queda una última bala de plata. El exministro de Economía, señor Pedro Francke ha señalado que: **En ese sentido, informó que la última mesa instalada ha sido la de proveedores mineros, y que pronto se instalarán otras mesas para la industrialización rural de productos lácteos, y nuevas medidas a favor del turismo. El Peruano. 03.01.2022**

La propuesta en el congreso de CANATUR fue la de alcanzar incentivos tributarios como en otras épocas cuyos resultados ya se señalaron líneas arriba dentro del marco de grandes proyectos regionales que sean susceptibles de inversiones públicas y privadas en gran escala para modificar la oferta de la cual se ha escrito y dicho en demasía. Ver los incentivos ofrecidos tiempo atrás.

Incentivos tributarios ofrecidos por el gobierno militar de Velasco Alvarado. Síntesis.

Norma	Incentivo	Actividades
Decreto Ley 18916. 1971	Pago solo del 10% del arancel de aduana para importar bienes de equipamiento, reinvertir en la empresa o en otra de turismo hasta el 85% de la renta neta libre del impuesto a la renta, hasta el 100% de exoneración del impuesto a la renta si se dedican a la constitución de empresas de turismo, construcción, ampliación o modernización de inmuebles, depreciación del 10% anual y del 50% si se adquieren durante el plazo de vigencia de la ley, no pago de alcabala, 20 años para comprar terrenos del Estado e intereses más bajos en créditos otorgados por la banca estatal.	Todas las actividades turísticas registradas. Vigencia de la ley: 10 años.
Decreto Ley 20104. 1973	Reinvertir en la empresa o en otra de turismo hasta el 75% de la renta neta libre del impuesto a la renta, hasta el 100% de exoneración del impuesto a la renta si se dedican a la constitución de empresas de turismo, construcción, ampliación o modernización de inmuebles, depreciación del 10% anual y del doble de las tasas vigentes si se adquieren durante el plazo de vigencia de la ley, exoneración el impuesto patrimonial por 3 años, no alcabala, 30 % del arancel de aduana para importar bienes de equipamiento, 20 años para comprar terrenos del Estado e intereses más bajos en créditos otorgados por la banca estatal.	Todas las actividades turísticas registradas. Vigencia de la ley: 10 años.

<p>Decreto Ley 21948. 1977</p>	<p>Reinvertir en la empresa o en otra de turismo hasta el 75% de la renta neta libre del impuesto a la renta, hasta el 100% de exoneración del impuesto a la renta si se dedican a la constitución de empresas de turismo, construcción, ampliación o modernización de inmuebles, incluidos bienes monumentales, no alcabala y el 40% del arancel de aduana para importar bienes de equipamiento, 20 años para comprar terrenos del Estado e intereses más bajos en créditos otorgados por la banca estatal.</p>	<p>Todas las actividades turísticas registradas. Vigencia de la ley: 10 años.</p>
---	--	--



Playa Zorritos. Tumbes. Foto. Perutravel.

4. La propuesta

El gobierno actual y a instancias del congreso de CANATUR, ha recogido diversas propuestas allí vertidas, entre ellas, la de otorgar incentivos a la inversión privada mediante el Decreto Supremo No. 004-2022-MINCETUR del 08.04.2022 que declara en emergencia el sector turismo y dicta medidas para mitigar la grave crisis que atraviesa el turismo como consecuencia de la COVID-19.

En esta norma, entre otras, se señala explícitamente que:

Artículo 3. Objetivo del Plan de Emergencia del Sector Turismo

El Plan de Emergencia del Sector Turismo tiene por objetivo establecer las medidas sectoriales para mitigar la grave crisis que atraviesa el turismo como consecuencia de la COVID-19, así como proponer y sustentar normas ante las instancias competentes sobre la base de las siguientes líneas de acción:

- Medidas de rescate financiero.
- Medidas de apoyo económico.
- Medidas de facilitación turística.
- Medidas para incentivar la Inversión en turismo.
- Medidas para la promoción turística.

Queda en manos del MINCETUR hacer gestión de esta norma de la cual propondremos nuestros puntos de vista.

Se trata de generar grandes proyectos regionales que promuevan inmensas inversiones públicas y privadas, diversificar la oferta, generar miles de puestos de trabajo que incrementen el PBI, PEA, salarios e impuestos, alianzas PP que trasciendan los límites políticos de las regiones, diversificar la oferta del sur, nuevos productos para nuevos mercados. Este es el sustento.

4.1 Producto de sol y playa: Costa de Tumbes y Piura.

La idea es generar el pequeño Miami para una clientela nacional e internacional. Estas costas se asemejan a las del Caribe y ya hay una prueba concreta de su éxito con la operación de una marca ya establecida allí y que funciona. En el 2030, Tumbes o Piura debe ser un gran puerto capaz de recibir cruceros, un aeropuerto internacional y al menos hoteles de 5, 4, 3 y apartamentos. Los empleos a generar bordean los 78 mil en diez años. Los gobiernos regionales de Tumbes y Piura tienen por tarea construir una carretera costanera en toda su extensión del Pacífico, agua potable, alcantarillado y energía eléctrica. El pequeño Miami tiene entre sus clientes principales a Chile, Ecuador y Colombia. Entre los nacionales a familias, jóvenes, parejas, ejecutivos y congresos de Lima, Chiclayo, Piura y Trujillo.

¿Qué productos colocar?: Turismo de naturaleza, aventura, gastronomía y vacaciones. Dado que el primer paso de la planificación son los sueños, aquí va uno: Aeropuerto Charles de Gaulle en París un día cualquiera del 2030: Su atención por favor: NORTHERNPERU AIRLINES anuncia la salida de su vuelo 007 con destino a Tumbes. Favor de abordar por la puerta 114.



Grande Motte. Francia. Así será Tumbes el 2030

4.2 Turismo de naturaleza. Circuito Nororiental.

Comprende varias regiones del norte como La Libertad, Lambayeque, Cajamarca, San Martín y Loreto. Es decir, la máxima expresión del conocimiento de la naturaleza incluyendo también notables visitas de orden cultural. El eje va desde el mar hasta el río Amazonas y es tal vez el mayor crédito que tiene el Perú para competir con productos similares en el mundo.

Las inversiones mínimas van por las de infraestructura como muelles fluviales en Iquitos y Yurimaguas, carreteras de acceso y los atractivos se cuentan por cientos empezando con la observación de aves, flora y fauna de selva, navegación de ríos, lagunas, gastronomía de primer nivel. ¿Para qué mercados? USA, Europa, Chile, Colombia y Perú. La joya de la casa está acá pero increíblemente este proyecto, que no es nuevo, fue dejado al abandono.



Telecabinas en Kuelap. Foto Peru Travel.

4.3 Selva Central. Tarma a Pozuzo.

El cliente principal es el mercado emisor de Lima que ha elegido su destino tradicional de sus viajes preferidos fuera de la capital, de manera que aquí hay que profundizar el trabajo de marketing para una demanda ya ganada. La selva con la nueva carretera desde Lima, se haya a unas 5 horas por carretera desde la capital hasta el punto de inicio de este circuito que se inicia en Tarma y concluye en Satipo y comprende el famoso Oxapampa, Pozuzo y Villarrica. La selva brinda todo su furor propicio para el entretenimiento y el aprendizaje de nuevos conocimientos sobre la forma de vida de comunidades nativas, experiencias verdaderamente nuevas. El producto es espléndido y su clima tropical. Sorprende que este circuito tenga un aeropuerto en Satipo con una pista asfaltada de 1760 metros de largo por 30 de ancho disponible para vuelos comerciales con un esporádico uso.

5. Algunos cálculos y proyecciones

Para hacer medidas, cálculos y proyecciones se consultó con un distinguido expositor de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la URP, gerente de grandes hoteles, asesor hotelero y actual vicepresidente de AHORA PERU, Luis Barbosa sobre los cálculos acerca de una posible inversión pública y privada haciendo uso de estándares internacionales. Su informe fue el siguiente:

LAS PROYECCIONES AL 2031

		Inversiones en US\$ Públicas Privadas		Empleo
		Infraestruc básica	Planta Turística	Preoperativo y operativo
	Habitaciones. 5.4.3* + Apartamentos Vacacionales			
Piura Tumbes	5290	144.292.500	437.250.000	77 714
Nororiental	3335	85.470.000	259.000.000	47010
Selva Central	1885	48.840.000	148.000.000	26 480

Los empleos que se pueden generar postpandemia:

151 204 directos e indirectos y el flujo económico a alcanzar entre esfuerzos públicos y privados en 10 años sería de unos **S/ 8 945 000000**

En la Universidad Ricardo Palma y su Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía nos ponemos al servicio de estas propuestas que empezaremos a darle forma con los gremios privados de dichas regiones, sus autoridades y los legisladores. Así se genera la riqueza.

6. Conclusiones

- 6.1 Intensificar el grado sumo el proceso de vacunación.
- 6.2 Reconstruir el PLAN COPESCO Nacional con 5 ministros de Estado: MINCETUR, MEF, MTC, MINCUL, MINAM y CANATUR para asumir decisiones de mayor envergadura.
- 6.3 Definir grandes proyectos regionales de turismo, entre ellos, los sugeridos en esta propuesta.
- 6.4 Otorgar incentivos tributarios a la inversión y reinversión por 10 años para generar empleo en los tres proyectos sugeridos.
- 6.5 Activar las cámaras nacionales y regionales de turismo involucradas juntamente con las autoridades nacionales, regionales y locales en mesas de trabajo para analizar el tema y pasar a la acción.

Mg. Carlos Villena Lescano.

Director.

Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

7. Referencias

* **Banco Mundial (2021)**

De la crisis a la recuperación verde, resiliente e inclusiva. Informe Anual.
<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/36067>

* **Fondo Monetario Internacional (2021). Perspectivas de la economía mundial.**

<https://www.imf.org/es/search#q=necesidad%20de%20las%20inversiones%20p%C3%BAblicas%20y%20privadas&first=20&sort=relevancy>

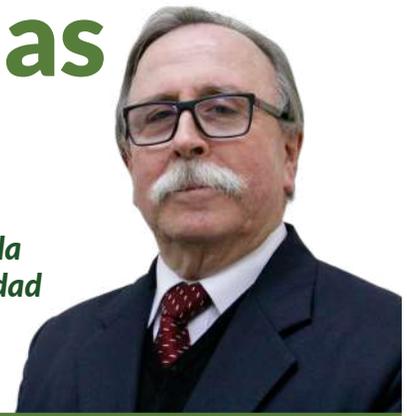
* **Naciones Unidas (2021) Informe sobre las inversiones en el mundo 2021 Invertir en la recuperación sostenible Panorama General. United Nations Publications.**

https://unctad.org/system/files/official-document/wir2021_overview_es.pdf



Cartagena de Indias y Miguel Grau

Dr. Eduardo Dargent Chamot, docente investigador de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma



Una vez más, el 1 de diciembre de 2021 se reunió la Convención Internacional de Historiadores y Numismáticos. Esta vez fue en Cartagena de Indias, Colombia, completando así un trío de ciudades históricas americanas. La primera reunión fue en el centro minero más importante del continente, Potosí, en Bolivia, la segunda en la ciudad de Arequipa y esta vez tocó al puerto caribeño mencionado.



Las reuniones se hacen cada dos años y aunque la última estaba programada para el 2020, la “covid” nos exigió demorarla un año. La próxima, en el 2023, será en Santo Domingo. Las condiciones para ubicar la sede de la convención son que en esa ciudad haya funcionado una casa de moneda, y que destaque por ser un atractivo turístico de primer orden.

Desde poco después de terminada la convención en Arequipa comenzaron las conferencias virtuales en las que cada país participante se hacía presente con algún tema relacionado a sus monedas, billetes, medallas o condecoraciones. Esto, además de ampliar el corpus de conocimiento, estrechó las relaciones entre los miembros y los países participantes que ya pasan de 22.



Ofrenda floral al almirante Miguel Grau en Cartagena, tierra de su padre. 1 de diciembre de 2021

Desde que se decidió la sede, la delegación peruana propuso, ante los organizadores colombianos, realizar una ceremonia ante el monumento del Almirante Miguel Grau en la ciudad amurallada. Gracias al apoyo del señor embajador del Perú en Colombia, Embajador Félix Denegri, y al cónsul honorario del Perú en Cartagena, el señor Jorge Dávila, se pudo realizar una ofrenda floral con la presencia de un cuerpo de la marina colombiana y la asistencia de las delegaciones extranjeras.



Con la presencia del Cónsul honorario del Perú en Cartagena, Señor Jorge Dávila Pestana y un destacamento de la armada colombiana.

El siguiente es el texto del discurso que me tocó pronunciar ante el monumento al almirante Miguel Grau durante tan importante ceremonia.

“Hemos querido los miembros del Instituto de Investigación Numismática y la delegación peruana al Tercer Congreso de Historiadores y Numismáticos honrar en Cartagena a nuestro héroe máximo de la Marina, el Almirante Miguel Grau, por ser esta la tierra de su padre, el coronel Juan Manuel Grau y Berrío quien, como muchos colombianos, dejó su patria para ir a luchar en el Perú por la libertad de América.

El coronel Grau llegó al Perú en 1822 en la primera avanzada del ejército auxiliar de Colombia, organizada por el Libertador Simón Bolívar. Al año siguiente el coronel

Grau participó en la Segunda Campaña de Intermedios y en 1824 luchó en las gloriosas batallas con las que se selló la independencia de América.

Queremos honrar a nuestro héroe, en este año en que comienzan las celebraciones del bicentenario de nuestra lucha por la independencia, a través de lo que su padre representa, el sacrificio de los colombianos que lucharon desde el comienzo de la gesta, participación en la que les cupo una actuación destacada.

Un breve recuento tiene que iniciarse con el paso del Batallón Numancia al bando patriota en Huaura el 2 de diciembre de 1820. El Batallón Numancia compuesto por más de 600

colombianos y comandado por el coronel Tomas de Heres, con su decidida acción limpió, de manera digna, la ofensa que les infringieron los realistas en Bogotá haciéndolos presenciar el fusilamiento de Policarpa Salavarrieta, e hicieron eco así, a sus últimas palabras: “Viles americanos volved vuestras armas contra los opresores de la patria”

Casi una década antes, en 1812 el colombiano Fernando López Aldana editó en Lima el “Satélite del Peruano” periódico considerado subversivo por el virrey por lo que fue puesto en prisión. Posteriormente López Aldana fue uno de los corresponsales principales de San Martín en Lima y su valiente y decidida actitud fue una importantísima cuña para lograr el propósito emancipador.

Tras esa primera avanzada en la que llegó a nuestras costas el padre de nuestro héroe en 1822, fueron muchos los colombianos que dejaron su patria, ya libre, para lograr el sueño de una América independiente y participaron en esos dos hitos de los andes peruanos cuyos nombres han quedado grabados en el Himno Nacional de Colombia: Junín y Ayacucho.

Hoy, almirante, agradecemos a usted su heroísmo; a su padre y por intermedio de él a todos los colombianos por el valor, la convicción y generosidad con la que nos auxiliaron en el sueño de ser libres”.

Eduardo Dargent Chamot

UNA ENTREVISTA CASUAL

Sin más méritos que ser de los más viejos entre los historiadores de la moneda del continente, el periodista español **Adolfo Ruiz Calleja** me pidió una **entrevista** sobre el desarrollo de mi trabajo en las últimas **seis décadas** para publicarlo en su blog especializado y de larga trayectoria.

En la entrevista se habló un poco de todo. Hasta me quiso picar con lo del pisco como se puede escuchar. Al final fue una reunión agradable, aunque en un algo ruidoso restaurante de hotel cartagenero en el que se llevaba a cabo la **3ª Convención de Historiadores y Numismáticos**. Aproveché para mencionar y dar el link para **los libros** que escribí para la escuela y que se han publicado en forma virtual.

Para los lectores que pudieran interesarse por el **contenido de la entrevista** anotamos el **link** para acceder a ella:

 <https://bit.ly/3HszuYL> 

Turismo receptivo 2022: pronóstico reservado ■■

Por: Ingeniero Pablo Gálvez Villar, docente de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma



Estamos muy por debajo aún de los niveles pre pandémicos



Foto: Perú Hop

Iniciando el nuevo año, los sectores de la actividad turística y en especial los tour operadores como promotores y operadores del turismo receptivo, manifiestan sus inquietudes y proyecciones sobre lo que se espera del turismo en su proceso aún incierto de reactivación; al cierre del 2021 y según cifras del barómetro de la OMT, las llegadas de turistas internacionales crecieron solo un 4 %

en todo el mundo, en números 415 millones frente a 400 millones del pasado año 2020, pero fueron un 72 % menos que las llegadas de 1999, año previo al inicio de la pandemia, cuando se alcanzaron 1,507 millones de turistas que se desplazaron por el mundo.



Año	Millones de Turistas
2012	1035
2013	1087
2014	1133
2015	1189
2016	1235
2017	1350
2018	1403
2019	1507
2020	400
2021	415
2022	???

Una recuperación lenta

El aumento de la vacunación en la mayoría de los países, la disminución de las restricciones en los viajes y una mayor apertura de fronteras, crean condiciones favorables que podrían acelerar esta esperada recuperación. Sin embargo, el

proceso de recuperación continúa siendo lento y dependiendo de las restricciones para los traslados, el cumplimiento de las exigencias en las vacunaciones, la apertura de las fronteras y el grado de bioseguridad que ofrecen los destinos a los viajeros, determinará si hay un mayor o menor flujo de turistas en el mundo.

Europa y las Américas tuvieron el 2021 los mejores resultados en la recepción de pasajeros con relación a otros continentes y con referencia al 2020, Europa captó el 19% y Las Américas el 17% del turismo receptivo mundial; sin embargo si comparamos estos porcentajes con los obtenidos en el 2019 pre pandemia, solo representan el 37% de ese año. Considerando las subregiones de Las Américas en el 2021, el Caribe registra los mejores resultados 63%, América Central 54% y América del Norte 17%, por encima de lo obtenido el 2020, aunque un 37%, 56% y 17% respectivamente por debajo de las cifras del 2019.

Una de los más importantes aportes del turismo receptivo a cada uno de los países receptores, es el ingreso de divisas; en el 2021 se estima un aporte al producto bruto interno, PBI, de 1,9 billones de dólares, algo menos de la mitad de los 3,5 billones obtenidos en el 2019, cifras que hacen a la OMT señalar, que el 2021 fue el “segundo peor año de su historia”.



Perspectivas internacionales para 2022

A pesar que muchos analistas consideran que el Ómicron es solo un "bache en la recuperación" del turismo, la OMT considera que "las desigualdades observadas a nivel mundial, sumadas a nuevas amenazas como el aumento de los precios del petróleo, el alza de la inflación o la continua interrupción de las cadenas de suministro, podrán retrasar la recuperación" tan esperada.



FITUR 2022: Inició la feria y Perú busca posicionarse como destino seguro

Algunos expertos internacionales ven que el 2022 ofrecerá mejores perspectivas para el turismo internacional, otro grupo piensa que este repunte solo se iniciará en el tercer trimestre de este año; mientras que un buen grupo de profesionales señalan, que para recuperar las cifras del 2019, habrá que esperar cuando menos hasta el 2024. En resumen podemos decir que al momento, tenemos un futuro para el turismo receptivo y el turismo internacional muy incierto.

Perspectivas en nuestro país para el 2022

El titular del MINCETUR Roberto Sánchez, señaló este mes que el Perú recibiría hasta 1,5 millones de viajeros, ingresando por el aeropuerto internacional y por las carreteras luego de reabrirse las fronteras terrestres con Ecuador, Brasil y Bolivia; cifra similar, hace unos días APOTUR estimó que este año gracias a la apertura de fronteras, deberíamos recibir 1,7 millones de turistas extranjeros.





Ministro del MINCETUR

El ministro Roberto Sánchez, en reunión con diversos gobernadores regionales realizada este mes de febrero, ratificó su proyección de ingresos de turistas del exterior para este 2022 y anunció la nueva “Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022- 2025”.

Es oportuno recordar que el 2019 recibimos 4 millones 400 mil turistas y el 2020, pos pandemia, 900 mil y el pasado 2021. 444,331; nos preguntamos, cómo podemos presumir que seremos capaces de triplicar la cifra de visitantes este 2022. Consultados algunos representantes de ASOTUR, manifestaron que a la fecha solo se ha aperturado fronteras con Ecuador, y con Chile, que es una de las que generan un gran flujo de ingresos, no hay aún fechas probables de apertura, por lo que lograr la cifra de 1,5 millones que manifestaron, no deja de ser solo un buen deseo, criterio con el cual compartimos.

A lo ya señalado debemos manifestar que aún, muchos destinos turísticos no cuentan con el reconocimiento de destino “Safe Travel”, a esto debemos agregar, que la seguridad como



destino turístico del país que debemos ofrecer a nuestros potenciales visitantes, se ha visto expuesta al mundo con acontecimientos como el derrame de petróleo a nuestras costas y la falta de respuesta para resolver el daño a la ecología; el huaico en la ciudad de Machu Picchu Pueblo, que puso en evidencia la precariedad de sus instalaciones urbanísticas y la inseguridad a que se expone a los visitantes; el ruido político permanente brindando un ambiente de inestabilidad política y social, hechos que son evaluados al momento que el turista decide el destino a visitar; sabemos bien que la actividad

turística es altamente sensible a situaciones de inseguridad e inestabilidad social, y entre otras, las actuales condiciones exigidas para ingresar al país y las restricciones de movilidad.



Con la nueva estrategia de reactivación 2022- 2025, se proyecta en este año incrementar de 9% a 21% el turismo receptivo en el país, el incremento de recursos para el apalancamiento financiero y operaciones de endeudamiento, así como la incorporación de tecnologías de información e innovación a prestadores de servicios turísticos. Igualmente, la estrategia busca la reducción de la brecha de infraestructura en turismo y brindar mecanismos de apoyo a emprendedores turísticos; esta declaración aún no tiene un plan de acción que indique fechas, responsabilidades y montos, que garanticen su ejecución; sin este plan, la estrategia del MINCETUR quedara sólo como un bonito documento y el objetivo

para alcanzar en el turismo receptivo en un buen deseo; no se ha tocado la situación de la mayoría de agencias tour operadoras que en gran número están casi paralizadas desde hace dos años y a quienes no ha alcanzado el llamado apalancamiento financiero.

Esperemos que un real consenso público-privado y con participación de las comunidades locales, se realice un plan realista de reactivación del turismo receptivo y con los cambios que se vienen solicitando en Promperú, se pueda desarrollar una política de promoción turística orientada a los mercados que realmente debemos abordar, para generar la reactivación del turismo en nuestro país que tanto lo requiere.

La domótica aplicada a la hotelería II



Mag. Sylvia Malpartida Olivera



Mag. Teresa Edwards Ames

Docentes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía - URP



Hablar de seguridad, ahorro energético, facilidad en la comunicación y confort aplicando la tecnología o la automatización, en las viviendas, oficinas o en cualquier inmueble es pensar en la domótica y en edificios inteligentes.

La DOMÓTICA hace su aparición en la década de los años 70 en los Estados Unidos para una automatización de edificios con ciertos dispositivos. Posteriormente por los años 80 se da una mayor integración, proporcionando la sistematización de diversos elementos dentro de una edificación. El turismo no es ajeno a esta tecnología, ya que actualmente estas herramientas también son aplicadas en el hotelería.

Núñez (2015) cita que La Real Academia la define como "domótica" (del lat. domus, casa e informática) al conjunto de sistemas que automatizan las diferentes instalaciones de una vivienda". (p.9). Así mismo, Romero, Vásquez y De Castro (2007) señalan que CEDOM (Asociación Española de Domótica) define la domótica como "la incorporación al equipamiento de nuestras viviendas y edificios de una sencilla tecnología que permita gestionar de forma energéticamente eficiente,

segura y confortable para el usuario los distintos aparatos e instalaciones domésticas tradicionales que conforman una vivienda". (p. 4)

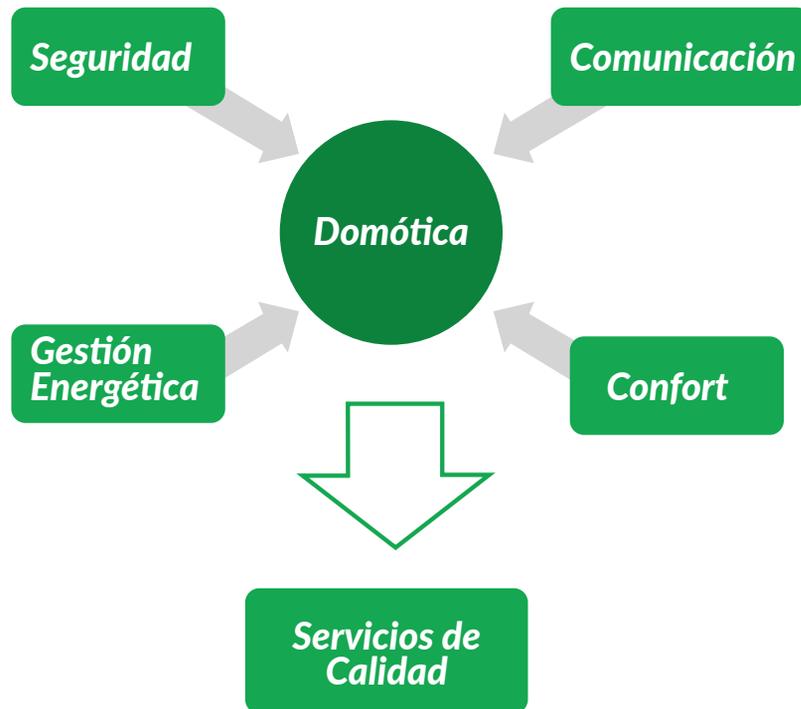
Escalona (2011) menciona que la domótica "aplicada a inmuebles como los hoteles, es una disciplina que se pone en práctica cada día más en las sociedades actuales, para mejorar los servicios de gestión energética, seguridad, bienestar y comunicación en las instalaciones hoteleras" (p.103); estos servicios aplicados en las edificaciones según Guzmán (2015) sería "la manera de agrupar e integrar dispositivos que pueden funcionar o no de manera independiente y con su control particular para que su información pueda ser utilizada de manera conjunta por la totalidad de sistemas agrupados" (p.25).



Cada vez se torna más importante la aplicación de la domótica en el hotelería por requerir de un mayor ahorro de energía, ya que el mayor consumo energético se da con la calefacción y el aire acondicionado. Así mismo, con la domótica se puede integrar el control de las diferentes instalaciones eléctricas en los espacios hoteleros como: la recepción, sala de usos múltiples, pasillos interiores, habitaciones y otras zonas, para un mejor servicio brindando comodidad al cliente. Lo recomendable para el sector hotelero son los sistemas integrados de seguridad, comunicación, gestión energética y confort.

Figura 1

Sistemas de la domótica



Nota: Elaboración propia

Seguridad: Sistemas de control y automatización que garantiza el resguardo de las diferentes estancias y bienes de la empresa, la seguridad personal de los huéspedes y colaboradores.

Gestión energética: se optimiza y ahorra el consumo energético.

- Apagado automático
- Desconexión de los aparatos eléctricos no prioritarios
- Programación horaria

Confort: Mejora la comodidad de los clientes internos y externos para generar espacios confortables, a través de:

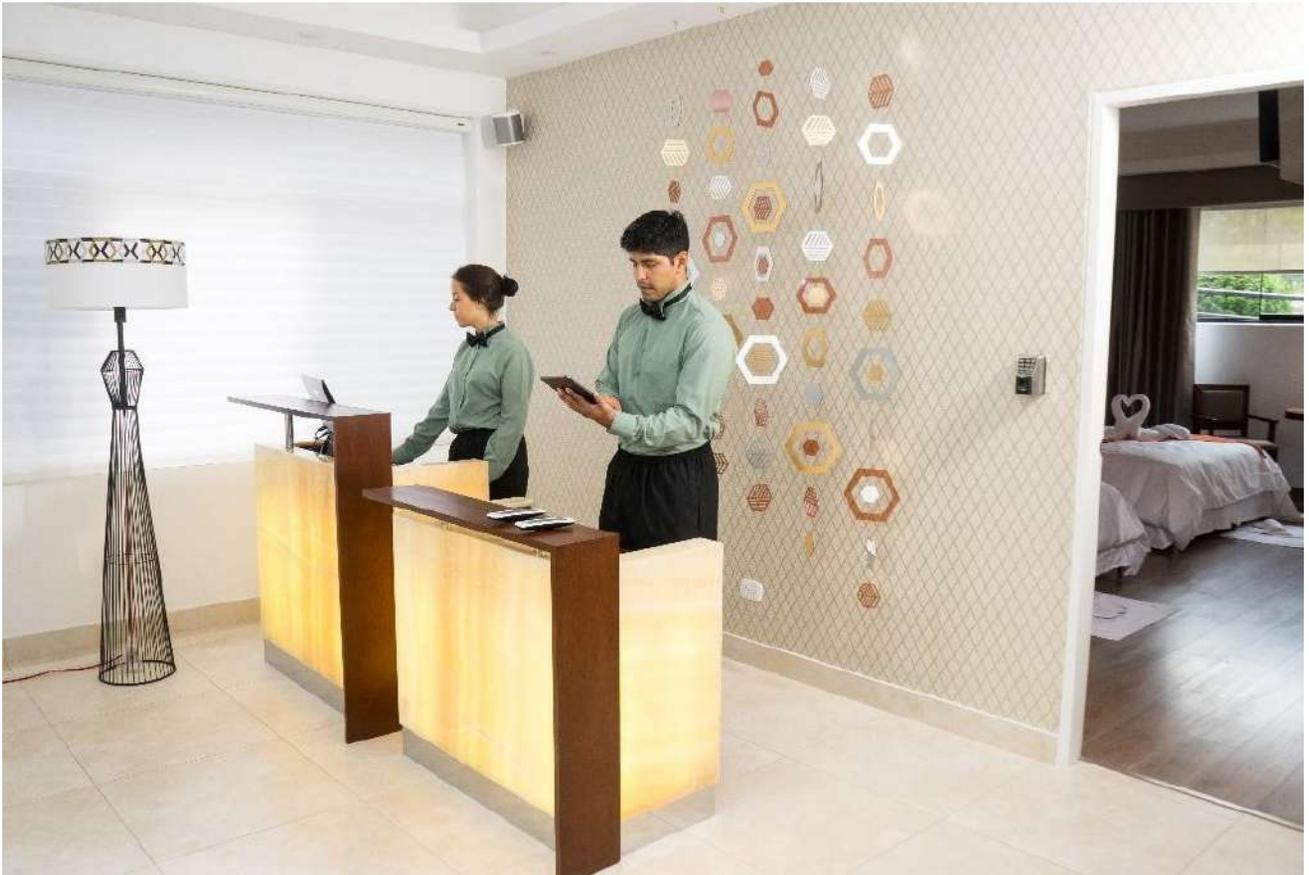
- Regulación de la Iluminación
- Control del audio
- Uso de tarjetas o huella dactilar
- Regulación de temperatura y humedad

Comunicación: Control de manera remota y local cada estancia, el mantenimiento de la edificación, del personal y reporte inmediato del status de dichos sistemas.

Al aplicar la domótica en los hoteles conlleva a ofrecer servicios de calidad, lo que permite la fidelización de los clientes internos y externos.

Figura 2

Recepción del Aula hotel.



Fuente: Archivos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma

La Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, cuenta en la actualidad con un modelo de aula hotel de 5 estrellas, para las prácticas pre profesionales de sus estudiantes. La propuesta fue concebida con un planteamiento de aplicación de la Domótica para los tres sectores: la recepción, el dormitorio y el baño de la suite, para ser controlado todo el sistema a través de una Tablet o desde el mismo celular del huésped. Se aplicó el sistema domótico para el control del encendido y apagado de las luces, graduación de la intensidad para crear escenarios, encendido y apagado del aire acondicionado y la música, control en la apertura y cierre de los dos tipos de cortinas black out y roller en el dormitorio. Se empleó el Sistema de elevación oculta de un Flap TV escondiéndolo dentro de un recinto en el techo y se despliega con solo tocar un botón.

Figura 3

Habitación del aula hotel.



Fuente: Archivo Arq. Teresa Edwards

Referencias.

Escola – Franco, G. (2011) Ciencia en su PC. Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181317871010>

Guzmán, F. (2015). Domótica: gestión de la energía y gestión técnica de edificios. Editorial RA-MA.

Núñez, A. (2015) Domótica e inmótica KNX: guía práctica para el instalador. Editorial Ediciones Experiencia

Romero, C. Vázquez, F. & De Castro, C. (2007). Domótica e Inmótica. Editorial Alfa Omega Grupo.

Una mirada académica al incremento y aceptación de robots en la industria de la hotelería ■■

Por. Mag. Juan José Vásquez Pittman, docente de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía



En noviembre del año 2021 pasado, se presentó en Arequipa a Pablo Bot, un robot humanoide cuya fabricación en serie es responsabilidad de la compañía japonesa Softbank Robotics. Este androide fue fabricado por primera vez en 2014, desde entonces se ha venido comercializando no solo en Japón, también en Europa, China y Estados Unidos. En Arequipa, Perú; Pablo Bot, cuyo nombre de fábrica es Pepper, forma parte del proyecto denominado RUTAS (Robots para Centros Urbanos Turísticos Autónomos y basados en Semántica). Un proyecto financiado por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt), y desarrollado por un grupo de profesores y alumnos de la Escuela de Ingeniería Mecatrónica de la Universidad Católica San Pablo de Arequipa. Para ser Pablo Bot, a Pepper le han instalado un Software, aún en fase de prueba, que lo habilita como el primer robot guía turístico del Perú.



“El robot tiene la labor de recibir a los visitantes y posee una base de datos que le permite interactuar con las personas, nosotros nos encargamos de actualizar y subir a la nube la información para que pueda compartirla y hablar sobre las actividades, describir los objetos, galerías, entre otras cosas características de los museos donde acudirá”, indica Regina Ticona, coordinadora del proyecto (Perú 21, 2021).

Las ventas de *service robots* (robots de servicio) para uso personal y comercial han estado creciendo a más del 30% anualmente (International Federation of Robotics 2018). La utilización de robots está siendo empleada ampliamente en la industria manufacturera, fuerzas militares, campo de la medicina, servicios domésticos y está siendo cada vez más común en la industria de la Hotelería y el Turismo (Murphy et al. 2017). SoftBank Robotics, líder en la fabricación y ensamblaje de robots, ha vendido más de 25,000 robots Pepper, o su hermano pequeño Nao, en todo el mundo. Desde la India hasta Estados Unidos, entes automatizados como Pepper o Relay están realizando las tareas de un conserje o de un mesero en hoteles y restaurantes. Siendo uno de los últimos avances en tecnología inteligente disruptiva, estos robots están modificando la atención, el servicio; y la forma como se gestionan. Además de que algunos de estos robots realizan labores básicas, de rutina en hoteles y restaurantes; como limpiar pisos; un creciente número de ellos están brindando servicios cada vez más complejos que implican socializar con los clientes (ej. conversar, servir alimentos y bebidas [Belanche et al. 2020a])

Debido al aumento de *service robots*, la academia ha empezado a investigar este campo emergente. Sin embargo, muchas de las investigaciones que existen al respecto son teóricas, incluso en Turismo y Hotelería (ej. Murphy et al. 2019; Tung and Au 2018) y brindan poca información para la toma de decisiones administrativas. Al respecto, un reciente artículo de revisión elaborado por Ivanov et al. (2019) reveló que muchas de las publicaciones acerca de la implementación de robots en la industria de la Hotelería y el Turismo son de naturaleza conceptual o descriptiva. Y que muchas de las investigaciones revisadas derivaban en fuentes de información, y solo un quinto de las investigaciones se centraban en la perspectiva del cliente (Ivanov et al. 2019). De allí que

existe poca evidencia acerca de la introducción de robots en el *customer service* (servicio y atención al cliente). Para dar más luces en este emergente pero aún subdesarrollado campo, a continuación, se propone un marco teórico que ayuda a entender mejor la decisión de recomendar e implementar *service robots en el customer service*.

Las Iniciativas basadas en tecnología son incorporadas rutinariamente como estrategias de marketing en diferentes empresas, pero algunas veces los clientes las perciben como inaceptables y hasta dañinas. Este tipo de innovaciones quizás distorsionen el implícito contrato psicológico establecido entre los clientes y los proveedores de servicios, es decir el “esquema comercial tradicional respecto a las reglas y condiciones del intercambio de bienes entre la empresa y el cliente”. Desde el punto de vista de los clientes, su experiencia con un *service robot* quizás puede ser diferente a las tradicionalmente vivenciadas con el staff de servicio, alterando su acuerdo psicológico e incrementando su comprensión y reflexión acerca de la innovación.

Una de las principales razones del por qué las compañías introducen robots es reducir costos e incrementar la eficiencia del *customer service*. Es el caso de los robots meseros implementados en Asia y en los países del Oeste, los cuales tienen un precio promedio de 6,000 dólares, por debajo del salario anual de un trabajador hotelero en China, y además transportan entre 50 y 100 % más platos que un mesero humano al día (Hospitality and Marketing News 2019). Otra razón frecuente para implementar *service robots* es mejorar la experiencia hotelera del cliente, brindando beneficios extras en la bienvenida a los pasajeros, mejorando la consistencia del servicio o reduciendo los tiempos de espera. Ahora, para lograr una experiencia exitosa, no solo las compañías sino también los clientes necesitan estar listos y deseosos de aceptar tal innovación. Al respecto, hay estudios que revelan que

los niveles de apariencia humana del robot y la afinidad entre el usuario y el robot, juegan un rol crucial en la aceptación de los clientes de servicios turísticos y hoteleros.

En esta línea, la teoría del *Uncanny Valley* (Mori 1970) expone que las personas evalúan una entidad robótica enfocándose en dos características claves: su percepción de los robots humanoides y sus sentimientos de afinidad con el robot. Humanoide puede definirse, por extensión, como la apariencia humana tangible del robot. Este término ha sido ampliamente acuñado en literatura acerca de diseño de robots e interacción humano-robot. Lo humanoide es también llamado antropomorfismo o encarnación, considerando que los robots –como productos o cualquier tipo de interface– puede tener cierta apariencia antropomorfa, lo que produce una evaluación favorable de parte de los clientes.

Sucesivamente, de acuerdo a previas investigaciones acerca de la interacción humano-robot, la “afinidad” se refiere a una clase de adjetivos humanos que utilizan las personas para describir a un robot como “amigable” o llamarlo “entidad con buenos sentimientos”. Rincon et al. (2016) describe afinidad, como el nivel de simpatía que un humano siente por un robot, es decir, la percepción de que la interacción con el robot está siendo agradable, placentera y armoniosa. El termino original es japonés, “shinwakan”, inicialmente traducido como “familiar”, pero investigaciones recientes concluyeron que el término afinidad o simpatía son más apropiados para describir este concepto.

De acuerdo a Mori (1970), mientras la apariencia de los robots sea más parecida a la humana la sensación de afinidad incrementa. Por ejemplo, con los robots industriales instalados en fábricas, sin rostros o piernas, sin apariencia humana; las personas difícilmente sienten afinidad. Por el contrario, si los robots tienen apariencia

y características humanas visibles, las personas se pueden sentir hasta atraídas por ellos (Mori et al. 2012). Este efecto podría ser explicado por la *Simulation Theory* (Gordon 1986), la cual explica que las personas son capaces de entender a otras, simulando su situación para entender su estado mental o emocional. Por consiguiente, es más fácil para las personas empatizar con las emociones y estados mentales de entes semejantes a ellas o a su mismo grupo. La apariencia humana de un robot facilitaría este proceso. Esto se basa en la noción que mientras los robots se asemejen a los humanos, el sentimiento positivo hacia ellos aumenta debido a la similitud percibida y la conexión empática con el robot. En este sentido, Lee et al. (2017) descubrió que los niños desarrollan alta afinidad social hacia los robots que imitan la apariencia y las expresiones de niños, propiciando un vínculo afectivo entre ellos.

Una apariencia muy humana incrementa las expectativas de los usuarios acerca de las capacidades cognitivas de los robots, de si pueden pensar, sentir y comportarse como humanos en ciertos aspectos. En esta línea, los clientes empiezan a percibir a los robots como entes sociales dependiendo de cuánto se parezcan a un humano. Por otro lado, la presencia social automatizada (ej. la percepción del cliente acerca del robot como ente social brindando servicio) está siendo un tema de creciente interés en las investigaciones relacionadas al *customer service*, que asumen que el nivel de antropomorfización determina la aceptación y atractivo del service robot, incluso en la industria de la Hotelería y el Turismo (Jaime Murphy, 2019). Por ejemplo, la tolerancia de los clientes a un servicio hotelero brindado por robots es mayor y produce más emociones positivas cuando el robot tiene una apariencia más antropomorfa. En resumen, la apariencia humana origina un sentido más fuerte de inclusión y tolerancia. Además, incrementa la empatía del cliente con el *service robot*.

Por otro lado, un robot humanoide con alto nivel de semejanza a un humano podría ser percibido como una gran inversión de la empresa en entes robóticos de alta tecnología con extensas características humanas. Los robots con mayor apariencia humana son percibidos como más sofisticados e impresionantes, incorporando los últimos adelantos en el campo tecnológico e interactuar con los clientes siguiendo las mismas reglas de la interacción humana, es decir, desarrollan las tareas de forma muy similar al tradicional *customer service*. En la industria de la hospitalidad, los robots de avanzada tecnología son capaces, ya, de reconocer y procesar sentimientos humanos; incluso son diseñados y programados con expresiones faciales que responden activamente al afecto del cliente, mejorando la comunicación y la percepción de una tecnología orientada: a socializar.

Referencias:

Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2021). *Frontline robots in tourism and hospitality: service enhancement or cost reduction?* *Electronic Markets*, 31 (3), 477-492.

Belanche, D., Casaló, L. V., Flavian, C., & Schepers, J. (2020). *Robots or frontline employees? Exploring customer's attribution of responsibility and stability after service failure or success*. Obtenido de *Journal of Service Management*.

Gordon, R. M. (1996). *Folk psychology as simulation*. Obtenido de *Mind & Language*, 1(2), 158-171.

Ivanov, S., & Webster, C. (2018). *Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies - a cost-benefit analysis*. Obtenido de *Traditions and Innovations in Contemporary Tourism* (pp. 190-203). Cambridge Scholars Publishing.

Jaime Murphy, U. g. (2019). *Marketing robot services in hospitality and tourism: the role of anthropomorphism*, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36:7, 784-795.

Lee, J. J. (2017). *Esthetic interaction model of robot with human to develop social affinity*. Obtenido de *International Journal of Advanced Robotic Systems*, 14(4), 1-16.

Mori, M. (1970). *The uncanny valley*. Obtenido de *Energy*, 7 (4), 33-35.

News, H. a. (17 de septiembre de 2019). *Robot Waiters, está sucediendo ahora y pronto llegará a un restaurante cerca de ti*. Obtenido de <https://www.hospitalityandcateringnews.com/2019/09/robot-waiters-happening-now-coming-restaurant-near-soon/>

Perú 21. (1 de diciembre de 2021). *Arequipa: Investigadores presentan a 'Pablo Bot', el primer robot guía turístico del Perú*. Obtenido de Redacción Perú 21: <https://peru21.pe/peru/arequipa-investigadores-presentan-a-pablo-bot-el-primer-robot-guia-turistico-del-peru-noticia/>

Rincon, J. A. (2016). *Detecting Social Emotions with a NAO robot*. Obtenido de *International Conference on Practical Applications of Agents and Multi-Agent Systems* (pp. 286-289). Springer, Cham.

El choclo gigante del Cusco- Perú

Por el profesor Rodolfo Tafur Zevallos, colaborador de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma.



El Choclo, hijo de guerreros, alimento del pueblo. Sara-Chogollo, era una mujer de raza de la misma estirpe de MAMA-HUACO, guerreras por naturaleza y como todas las mujeres de su raza, apoyaba incondicionalmente a su compañero WIRU en el campo de batalla. En el calor de la lucha, una larga flecha de bambú encontró fatalmente el corazón de la mujer y le robó el calor de su aliento.

Wiru, al mirar el cuerpo inerte de su amada, se arrodilló a su lado y dejó escapar los más dolorosos lamentos y suspiros que se había

escuchado en todas las montañas andinas. Un incesante río de lágrimas escapó de los ojos de Wiru, con el que bañó el rostro y la herida abierta de Sara Chogollo, purificando así el paso de su compañera al mundo de los espíritus.

La ceremonia duró muchos días y muchas noches en los que nada ni nadie se atrevían a alterar el sagrado conjuro de Wiru a sus Dioses. La Madre Quilla (Luna) y el padre Ti (sol) acompañaron calladamente la pena del guerrero en su largo ritual. Cuando el dolor de Wiru empezaba a mitigar, del corazón de Sara-Chogollo empezó a brotar una planta hermosa que gradualmente tomaba la forma de una guerrera altiva. Al cuerpo que apenas germinaba le crecieron los dientes fuertes y sanos como la sonrisa luminosa de una mujer. El cabello largo y lustroso bañado por

el sol, se tornó en una dorada caricia que llenó de fragancias el vientre en el que se gestaba la nueva vida. Las faldas verdes y lozanas envolvieron con maternal ternura el retoño florecido del amor y del dolor concertados en ese instante fértil.

El naciente fruto arrimó su cabeza al esbelto bambú, que seguía fuertemente abrazado a la Pachamama, y fue tomando fuerza. Cuando el nuevo fruto estaba lo suficiente maduro, Wiru lo arrancó tiernamente con sus manos, lo llamó CHOGLLO, y lo guardó muy cerca de su corazón. Sentía latir en su pecho el fruto de su amor que su amada le había ofrendado como última muestra de cariño. Los hombres y mujeres del pueblo lo recibieron con cantos de pesadumbre.

Wiru fue directamente al templo a ofrecerle a Wiracocha el fruto recién nacido del corazón de su compañera. Su sacrificio no estaba completo. Wiru, aprendió por los consejos de los Amautas (maestros andinos), que para que su sacrificio tuviera recompensa, debería devolver el fruto a la Pachamama (Madre Tierra), de donde crecería y se multiplicaría, alimentaría a los hijos de su pueblo, y a los hijos de sus hijos, haría sanos sus cuerpos y fuertes sus brazos y haría de ellos una raza de hombres invencibles. Así lo hizo Wiru, con sus propias manos abrió la tierra y entregó grano por grano al fruto de su amor y sacrificio último.

Desde entonces, año tras año los Incas siembran el maíz en el mes del CAPAC RAYMI (diciembre), cuando empieza a caer las lluvias y cuando han cesado las lágrimas del cielo, en el mes de mayo y que en quechua es HATUN CUSQUI o AYMORAY QUILLA, (bienvenida lluvia), y que el padre sol ha acariciado con su calor por varios meses a la Pachamama, ésta entrega a los descendientes de Wiru porciones generosas del noble CHOGLLO, que tiene y siempre ha tenido, el sabor amargo de las lágrimas de Wiru y el dulce aroma de su eterna compañera.



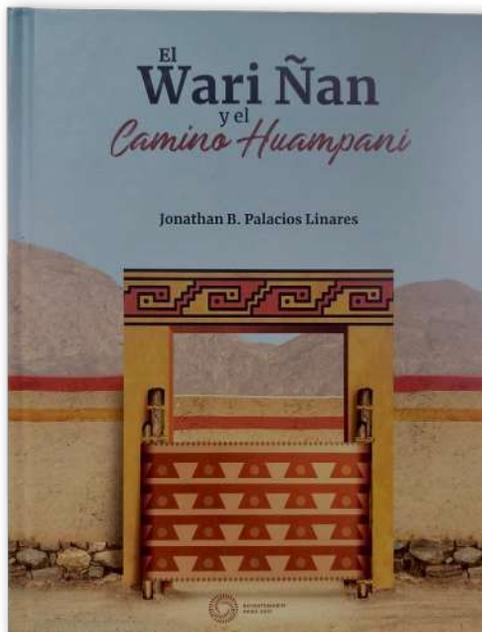
El Wari Ñan y el Camino Huampaní



Por. Licenciado Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía



La arqueóloga Elizabeth Enríquez me llamó hace varios días desde el Cusco para hacerme saber que el directorio del Centro Vacacional Huampaní estaba cursando invitación para la presentación del libro **El Wari Ñan y el Camino de Huampaní**, investigación del arqueólogo Jonathan Palacios Linares, ceremonia que se llevaría a cabo el día jueves 31 de marzo de 2022. Le agradecí, me inscribí y asistí en compañía de mi esposa y de mi hijo Gustavo Eduardo.



“ Con esta exposición el Centro Vacacional Huampaní del Ministerio de Educación, cumple con la tarea de difundir el valioso legado cultural que conserva al interior de sus instalaciones. Demostrando así, su decidido apoyo y compromiso institucional con la puesta en valor del Patrimonio Cultural de la Nación, entendido como fuente permanente de inspiración y reafirmación de nuestra identidad. ”

Como quiera que resido en la ciudad de Chosica, llegamos con anterioridad al arribo del grupo de invitados que venían desde Lima por lo que aproveché para desplazarme por sus instalaciones con el fin de observarlas, recordarlas y fotografiarlas, habida cuenta que no regresaba a dicho lugar desde el año 1987 en que dejé de gestionar dicho establecimiento hotelero en mi condición de gerente general.



Uno de los rincones recorridos es el que durante mi mandato como gerente general se llevó a cabo bajo la denominación de **“El Rincón Andino”** provisto de una batería de hornos para la preparación de la pachamanca, la instalación de varias hileras de asientos con piedra sacada del lecho del río, cubiertos de grass; la ubicación de una panadería artesanal con horno calentado a leña, instalación de mesas con asientos de troncos y techos cubiertos de palmera; la provisión de un bar rústico y la instalación de servicios higiénicos.

La instalación de dichos servicios fue dirigida por el fitodecorador y especialista, en tecnología andina señor Salustio Pomacóndor Zárate, quien también dirigió los trabajos de acondicionamiento de las terrazas pegadas al cerro para la siembra de artículos de pan llevar, hierbas medicinales y aromáticas para proveer a las cocinas del establecimiento.

36 años después dichas instalaciones lucen mejoradas, bien cuidadas y con nuevos servicios.

Regresando al tema que motiva la presente nota es significativamente importante que un establecimiento hotelero como es el caso del Centro Vacacional Huamaní patrocine este tipo de investigaciones, no solo por pertenecer al sector educación, sino también porque el atractivo cultural se ha convertido ya en un producto más de su oferta de servicios, y también porque las relaciones con la población del área circundante se potencian, dado que son ellos, los pobladores, realmente los usuarios directos de los beneficios, de la grandeza del sitio al que se le ha investigado con rigor científico, de que su entorno sea mejor, dado que vivir cerca de un sitio arqueológico puesto en valor es un privilegio y se convierte realmente en una fuente de esperanza y de riqueza.

Muchos años antes de trabajar para el Centro Vacacional Huamaní el “Camino Real”, así lo mencionábamos, fue el escenario de continuos recorridos que yo efectuaba, solo o acompañado,

Los Trabajos de Investigación



Antes de iniciarse los trabajos de investigación arqueológica en el camino y alrededores inmediatos, fue preciso realizar el desbroce de la vegetación que cubría el área materia de intervención. Labores que permitirían reconocer el entorno natural, y en especial, el trazo del camino y características más saltantes. Cobertura vegetal, que contribuyó a la protección y conservación de la milenaria vía.

el mismo que iniciábamos en la zona de San Alberto, ingresando por el grifo Los Ángeles, lo recorriamos hasta el Centro Vacacional Huampaní, admirando el río Rimac y las pocas edificaciones existentes en el estrecho valle. En algunas ocasiones nos cruzamos con Don Luis Bedoya Reyes, quien tenía su caballeriza por aquel lugar y fuste en mano salía a efectuar sus recorridos a caballo, flanqueado por un personaje que fungía de vigilante. “No me tomes fotos muchacho” me dijo un día, me saludó tocándose el ala del sombrero, prosiguiendo su cabalgata por ese hermoso y antiguo camino.

Nuestro trekking finalizaba cruzando por un ingreso habilitado que permitía hacerlo por los dominios de la Central Hidroeléctrica Huampani, llegábamos a la ex Hacienda Uranga, por el hoy Club Residencial Los Girasoles de Huampaní, condominio donde se ubican restos arqueológicos felizmente declarados Patrimonio Cultural de la Nación, hecho que ha impedido que sean invadidos por traficantes de tierras; cruzábamos el puente y salíamos a la carretera central, para embarcarnos en los vehículos de transporte público que nos regresaban a Chosica.



Fueron muy nutridas las delegaciones de los ministerios de Educación y Cultura, arqueólogos, docentes, alumnos del Colegio Mayor Secundario Presidente del Perú e invitados en general.



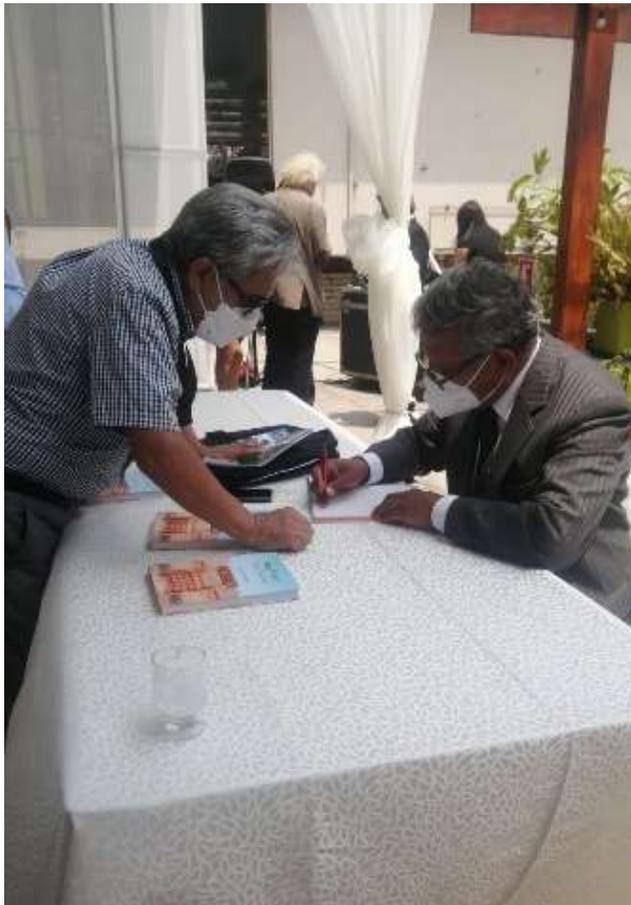
La mesa de honor estuvo integrada por el autor del libro, arqueólogo Jonathan Palacios Linares quien inicio la ronda de exposiciones; el PhD. en antropología y arqueología y docente universitario Peter Jurgen Kaulicke; la doctora en arqueología Ruth Shadi, la economista Ana María Serrudo Echaíz, gerente general del establecimiento hotelero convocante y el economista Alonso Tenorio Trigoso, vicepresidente del directorio del Centro Vacacional Huampaní, quien clausuró el evento en representación del presidente del directorio, señor Carlos Alberto Herrera Cáceres.



Correspondió al arquitecto Luis Lumbreras Salcedo, presentar el video sobre los hallazgos realizados.

Mientras se desarrollaba la ceremonia pude observar una larga fila de estudiantes uniformados, hombres y mujeres del Colegio Mayor Secundario Presidente del Perú-COAR Lima que allí funciona con un total de ochocientos alumnos. ¡Todo un espectáculo! Iban a servirse el almuerzo en el gran comedor.





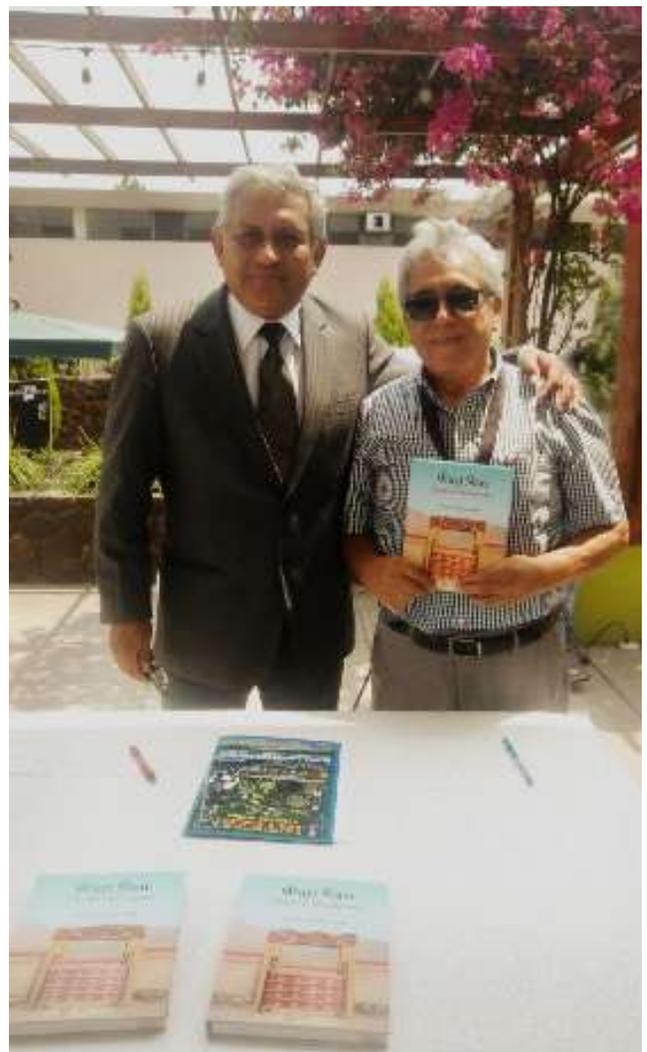
Luego que fuera clausurado el evento se procedió a la venta del libro y a la firma de los mismos por su autor el arqueólogo Jonathan Palacios con quien aparezco en las presentes fotografías.

Finalmente, deseo mencionar a los trabajadores con quienes pude reencontrarme después de tantos años y poder saludarlos: la licenciada en turismo y hotelería Flor Olave, hoy sub gerente de comercialización, la contadora Luz Escobar, quien se desempeña como asistente de la unidad de tesorería y con Carlos Cerquera, quien ya no forma parte del personal del CVH, sino de la empresa de seguridad que presta servicios al establecimiento hotelero.

Flor Olave llegó como practicante de la primera promoción de estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres y logró quedarse hasta la actualidad. Antes de ella, conformando un grupo de practicantes llegó al Centro Vacacional Huampaní la licenciada Carmen del

Rocío Acuña Nava, integrante también de la primera promoción de dicha casa de estudios, quien trabaja desde hace más de dos décadas como docente de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma.

Antes de emprender el regreso a casa tuve dos breves conversaciones con el autor del libro y con la gerente general del Centro Vacacional Huampaní a quienes les extendí mis felicitaciones por el trabajo realizado en jurisdicción territorial del distrito de Lurigancho-Chosica, y les hice entrega de un ejemplar de los lineamientos que sustentan la conveniencia de constituir la Casa de la Cultura de Chosica, institución en formación, de la cual soy uno de sus animadores.



El presente artículo fue publicado en las páginas 10 y 11 de la edición N° 39 de la Revista Candil, publicación de opinión e información de los pueblos del ande limeño, correspondiente al mes de enero de 2022.

CANDIL

Publicación de Opinión e Información

TURISMO

Comunidad campesina Barrio Bajo de Matucana firmará convenio marco de cooperación académica, cultural, científica y tecnológica con la Universidad Ricardo Palma

El pasado miércoles 08 de diciembre de 2021, se llevó a cabo una reunión organizada por las autoridades de la Comunidad Campesina Barrio Bajo de Matucana, con el fin de dar a conocer a los integrantes de los anexos de Huillaque y Huillpa, las obligaciones y beneficios que corresponderá a los comuneros de ambos anexos, a partir de la gestión del atractivo turístico denominado **La Catarata de Antankallo**, luego de la decisión adoptada por el concejo municipal de la Municipalidad Provincial de Huarochiri de devolverles la administración de dicho atractivo. En efecto, a partir de la expedición del acuerdo de concejo N° 090-2021-CM/MPH-M de fecha 01 de octubre de 2021 aprobó ceder la administración de la Catarata de Antankallo a la Comunidad Campesina Barrio Bajo de Matucana.

Con anterioridad a dicha reunión el 11 de octubre del año en curso, se llevó a cabo una reunión de coordinación en la que participaron el presidente de la Comunidad Campesina Barrio Bajo de Matucana, los presidentes de los anexos de Huillaque, Marachanca, Soca y Huillpa, el presidente de la Comisión de Tierras Comunes, el presidente del Comité de Turismo de Marachanca y la secretaria de turismo del anexo de Huillaque y quien escribe estas líneas en mi calidad de docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma,

El objetivo principal de la reunión estuvo encaminado a infor-



Por:
Licenciado **DANIEL SOTO CORREA**, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma.



Autoridades comunales dando a conocer los pasos que se deberán llevar a cabo como parte de la gestión comunal del atractivo turístico denominado la Catarata de Antankallo.



Reunión de trabajo sostenida el día 11 de octubre de 2021 en la que se llegó a acuerdos que fueron compendiados en un acta que suscribieron la totalidad de asistentes a la reunión y que ha formado parte de la documentación remitida a la Universidad Ricardo Palma sustentando la conveniencia de firmar un convenio marco de cooperación entre dicha casa de estudios y la Comunidad Campesina Barrio Bajo de Matucana.

mar a las autoridades comunales de los pasos que debían darse para firmar un convenio marco de cooperación académica, cultural, científica y tecnológica con la Universidad Ricardo Palma cuyo objetivo central está encaminado a contribuir a la puesta en valor de los recursos turísticos existentes en los 4 anexos arriba mencionados.

Uno de los temas que deberá incluirse en el convenio específico, para su realización con carácter prioritario será la constitución de la **Asociación de Desarrollo Turístico de Matucana-ASODETUR MATUCANA**, institución civil de derecho privado sin fines de lucro, cuyo trabajo estará orientado al desarrollo del **plan de desarrollo turístico del distrito de Matucana** poniendo énfasis en cursar invitación a sumarse al proyecto a las autoridades de las comunidades campesinas de Barrio Alto y Huariqueña, firmando similares convenios marco de cooperación.

Si bien es cierto que el camino que conduce a la Catarata de Antankallo es ya considerado un atractivo turístico dado que es visitado por un creciente número de visitantes, es necesario y posible ser mejorado y optimizado, tornándolo más atractivo y seguro para los visitantes y turistas.

Es cierto también que en los cuatro anexos existen recursos naturales y culturales pasibles de ser convertidos en atractivos turísticos de especial jerarquía, para cuyo fin los comuneros requieren de asesoría especializada, razón por la que desean suscribir un convenio marco de cooperación

con la Universidad Ricardo Palma, para cuyo fin han dirigido comunicación y documentación adicional que sustenta la conveniencia de firmar el referido convenio.

Posteriormente, con miras a contar con información fidedigna que permita formular un posterior convenio específico, se efectuó un recorrido desde la zona de Los Olivos hasta la Catarata de Antankallo, ocasión en que se completó el levantamiento de información requerida para tal fin. De suerte que ya se cuenta con la información necesaria para plantear a la directiva comunal un convenio específico parte sustancial del mismo lo constituyen los siguientes componentes del proyecto:

1. Constitución de la Asociación de Desarrollo Turístico de Matucana-ASODETUR MATUCANA.
2. Los iniciales trabajos de mejora del acceso al atractivo turístico.
3. El programa de fitodecoración del entorno del recorrido de la ruta de acceso a la catarata de Antankallo, provisto de un programa de captación de agua desde la catarata, un vivero forestal, zona de compostaje y un programa de ecosilos.
4. La implementación del Campamento Turístico Antahuaca provisto de zona de acampado, restaurante campestre, batería de hornos para pachamanca, panadería artesanal, biohuerto y crianza de animales menores.



En la presente fotografía nos encontramos dando inicio al recorrido en compañía del ingeniero Salvador Ruíz (foto de la derecha) representante de la comunidad campesina, y el señor Salustio Pomácondor (foto de la izquierda), fitodecorador y especialista en tecnología andina a quien cursamos invitación para participar del proyecto dada su experiencia en trabajos orientados a la forestación con especies forestales y frutícolas nativas, elemento componente de un programa de siembra y cosecha de agua.

5. Implementación de un programa de escalada deportiva y rapel en el espacio denominado Bosque de Piedras.

Cada uno de estos componentes serán informados en detalle a partir de la firma del convenio marco y difundidos a través de la Revista Caminos, órgano informativo de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma y de la publicación electrónica comunal que se editará y lanzará para tal fin.

NUESTROS ALUMNOS Y EX ALUMNOS ESCRIBEN

Diagnóstico de campo para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local de Surco – Huarochirí – Lima

Por: César Rodrigo Rodríguez Vergaray, Consultor de proyectos turísticos y planes de desarrollo egresado de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía

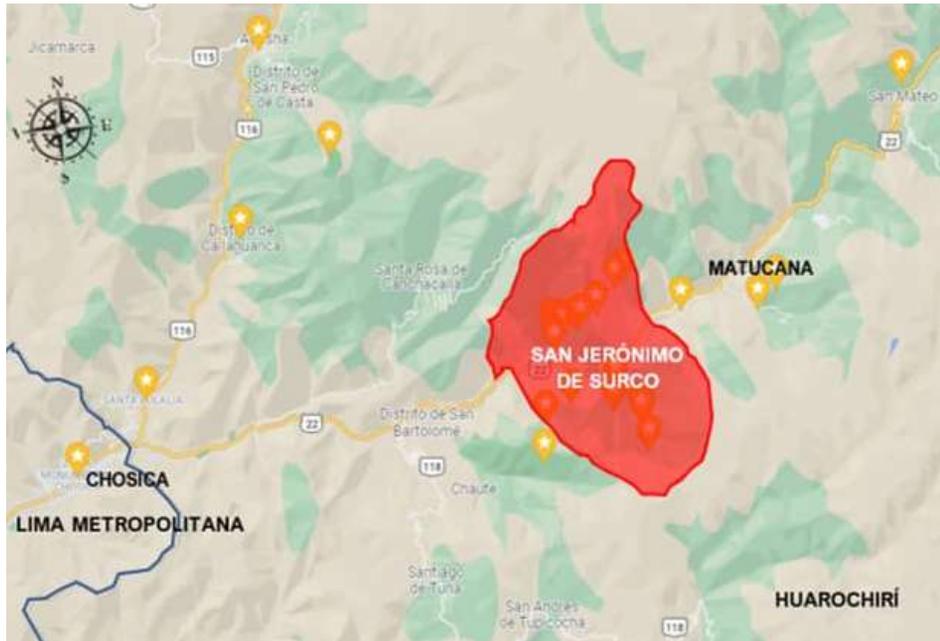


En enero de 2022 fui invitado a colaborar en la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito de Surco, provincia de Huarochirí, región Lima.



Vista de Surco. Trabajo de campo febrero 2022.

Para aquellos que no lo conocen, Surco es uno de los 32 distritos de la provincia de Huarochirí y se ubica en un territorio privilegiado que pertenece a la cuenca del río Rímac, en la zona central del departamento de Lima. Debido a su distancia estratégica de las nacientes de agua en la zona alta de Chicla y su altitud que oscila entre 2,000 m.s.n.m. y 4,500 m.s.n.m. este distrito cuenta con una gran cantidad de cataratas formadas en sus diversas quebradas. Esta riqueza hídrica, la cercanía al río Rímac y sus tierras altamente productivas lo vuelven un territorio muy interesante para el desarrollo de la agricultura y otras actividades como el turismo.



No obstante, en la actualidad el distrito atraviesa por muchas dificultades, escenario que no solo afecta el desarrollo y la mejora de la calidad de vida de su población, sino que vuelve imperante la formulación de su Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) como parte de los instrumentos de gestión necesarios para lograr dichos objetivos.

Ubicación de Surco en la provincia de Huarochirí.



Catarata Huanano. Trabajo de campo febrero 2022.

Un dato importante: la existencia de la vía nacional PE-22, conocida como la Carretera Central, representa una gran fortuna para Surco ya que es uno de los pocos distritos de Huarochirí que tiene esta accesibilidad e ingreso al comercio con Lima Metropolitana. No obstante, dicha ventaja no ha sido suficiente para que el distrito se posicione como un mercado agrícola importante. En ese escenario es que muchos de sus pobladores optaron desde hace mucho tiempo por aprovechar el potencial que poseen para el turismo.

El turismo en Surco ha estado dominado por las actividades relacionadas con los deportes de aventura. Debido a su gran cantidad de cataratas, existen muchos operadores, formales e informales, que realizan recorridos por diversas rutas del distrito. Aquí es importante mencionar que las cataratas más conocidas y visitadas son las de Huanano (a 20 minutos del pueblo de Surco), Songos (parte baja del anexo de Linday), Palacala (cerca del anexo Huaquicha) y Mortero (cerca del anexo Ayas). Sin embargo, hay mucho más.



Vista de los anexos (puntos blancos) y las cataratas de Surco (marcas amarillas).

Como consecuencia de la pandemia motivada por la COVID-19, la actividad turística en Surco estuvo cerrada desde su inicio en marzo de 2022, hecho que afectó profundamente a aquellos pobladores que vivían del turismo, así como a los propietarios de hospedajes y restaurantes. Esta realidad ha llevado hacia un escenario donde muchos pobladores no se encuentran de acuerdo con las gestiones realizadas por su alcalde y otros que sí consideran que está realizando trabajos importantes.

La necesidad de cambiar esta realidad, el alinearse con las políticas nacionales aprobadas en el marco de la “Estrategia Nacional de



Taller para la conformación del Equipo Técnico de Turismo, enero 2022.

Reactivación del Sector Turismo 2021 - 2023” mediante Resolución Viceministerial N°004-2021-MINCETUR-VMT, y contar con una planificación estratégica que permita ordenar la actividad turística a futuro en un marco hacia el 2030, generó que la Municipalidad Distrital de Surco iniciara con esta intención de formular su Plan de Desarrollo Turístico Local.

En el marco de dichas actividades, el municipio realiza dos acciones trascendentales para su plan: (1) convoca a sus principales actores de turismo para sensibilizarlos y formar un Equipo Técnico de Turismo y (2) contratar un equipo consultor que pueda asesorarlos en la elaboración de este instrumento de gestión y que pueda dirigir los encuentros participativos. Por ello, en el mes de enero 2022 me dirigí con un equipo de profesionales para iniciar las acciones necesarias para involucrar a los actores de turismo en la formulación del PDTL y organizar el trabajo de campo. Al finalizar la

primera reunión de acercamiento, se tuvo éxito en la gestión de reunir a los diferentes actores y se evidenció el inicio del plan mediante Resolución de Alcaldía N°029-2022-MDS de fecha 02 de febrero de 2022.

En las semanas posteriores, se desarrolló un trabajo mágico.

Junto con un equipo de egresados de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, un especialista en multimedia y dos guías locales expertos en el recorrido de las quebradas, iniciamos el trabajo de campo durante las siguientes tres semanas. Durante esa labor se visitaron la gran mayoría de cataratas del distrito, así como sus restos arqueológicos. Esto es de suma importancia ya que la información recopilada permite la actualización del inventario de recursos turísticos del distrito, paso importantísimo para la generación de inversiones en el territorio.



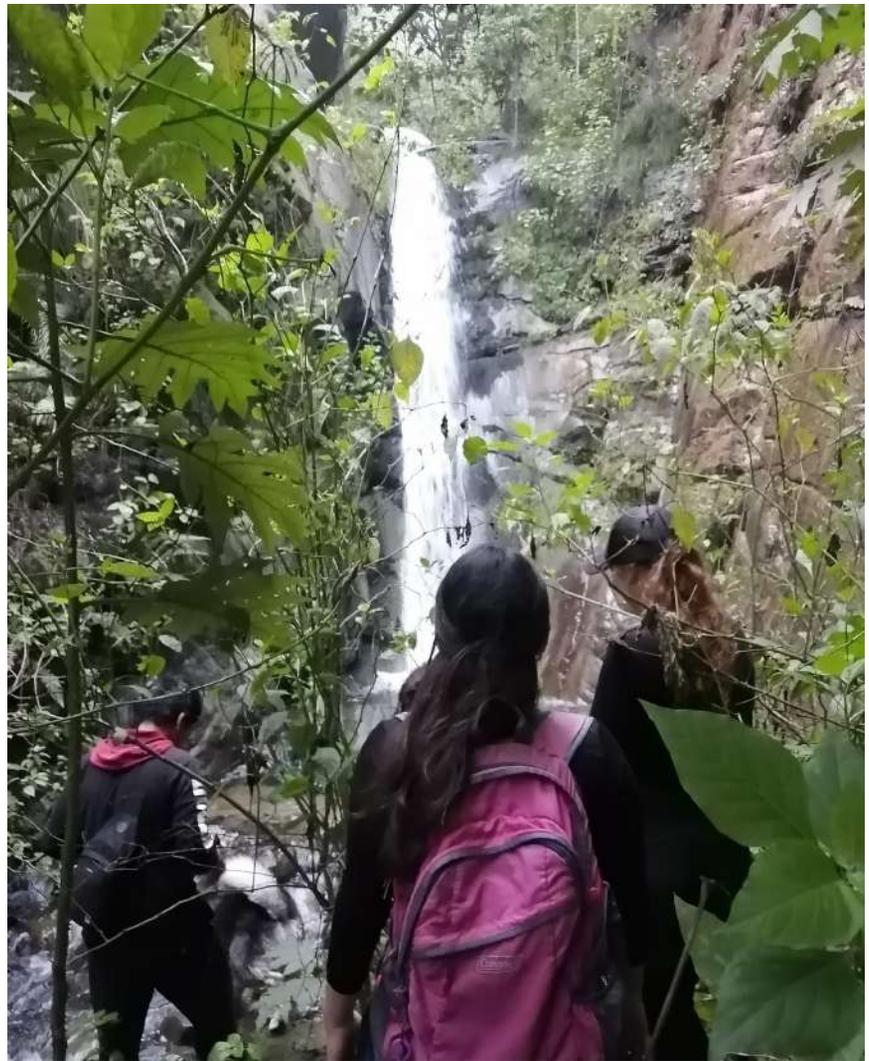
Recorrido en Huacapune. Trabajo de campo en Surco, febrero 2022.

Surco posee múltiples quebradas. Ya lo habíamos mencionado. Las más conocidas son aquellas que contienen las cataratas de (1) Huanajo y Huaycocha, (2) Palacala y Chingana, (3) Huacrahuaylas, (4) Mortero, (5) Cuchimachay y (6) las diversas caídas de agua que componen la ruta de Songos. La gran aventura de recoger la información de campo, marcar los puntos geodésicos, realizar el análisis sobre instalaciones turísticas y generar un punto de vista holístico del territorio, son material para una siguiente exposición, una vez aprobado el plan.

Sin embargo, puedo afirmar con total franqueza que la formulación de este PDTL va por buen camino. Se han realizado las conexiones con los organismos e instituciones que deben involucrarse en su formulación, se realizó un trabajo de campo minucioso y amplio, se cuenta con buenos profesionales y, sobre todo, se cuenta con voluntad política de querer hacer bien las cosas y ello representa una gran esperanza para su población.

Surco reabrió sus puertas al turismo el pasado 16 de febrero luego de casi dos años de confinamiento. La demanda se mantenía muy expectante en las redes y ahora se refleja en las tan ansiadas visitas. El aprovechamiento o no de sus recursos para generar empleo digno y una mejora de la calidad de vida de su población está en su cancha. Estaremos pendientes a su evolución y continuaremos en el proceso de formulación del PDTL con la aplicación de entrevistas de profundización y talleres participativos, previos a la fase de análisis estratégico.

Sin duda alguna, el turismo sí puede cambiar vidas. Es nuestra labor como profesionales de la actividad poder ayudar a que nuestra nación aproveche esos potenciales para vivir mejor y de una manera sustentable.



Recorrido en las cataratas de Songos y Pucará. Trabajo de campo febrero 2022.

COLUMNISTA INVITADO

Experiencia universitaria en una visita virtual al museo

Tema: La Independencia del Perú ■■



MBA. María Alejandrina Chiok Guerra
mchiok@urp.edu.pe

Docente investigadora y jefe del
Centro Internacional de Tecnologías,
Desarrollo Empresarial y Liderazgo - CITDEL
Facultad de Ingeniería - URP



Mag. Ruth Gesell Izaguirre Renwick
gesellizaguirre@hotmail.com

Ministerio de Cultura

Universidad Ricardo Palma

Resumen:

En octubre del 2021, en un esfuerzo conjunto de dos instituciones, un museo y una universidad, se organizó un evento dirigido a la comunidad universitaria. El presente estudio tiene dos objetivos, primero, describir la Visita Virtual Educativa resaltando la tecnología y metodología utilizadas; y segundo, dar a conocer la opinión de los asistentes sobre su experiencia de participar en ella. La Visita Virtual Educativa fue diseñada por el Área de Educación del Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú con el objeto de hacer llegar parte de la colección del Museo a una audiencia que no puede asistir en forma presencial. En la Universidad Ricardo Palma, el tema ofrecido fue la Independencia del Perú. Se aplicó una encuesta a los asistentes y los resultados de su procesamiento y análisis, nos indican que la experiencia fue satisfactoria para los visitantes (principalmente formada por estudiantes universitarios); quienes, dieron propuestas para mejorar la experiencia y dado su interés, plantearon nuevos temas para otras visitas virtuales educativas.

Palabras claves: Museo, Experiencia de Usuario, Audiencia, Universidad, Servicios, Calidad, Estadística, Visita Virtual

Abstract:

In October 2021, in a joint effort of two institutions, a museum and a university, an event was organized for the university community. This study has two objectives, first, to describe the Educational Virtual Visit, highlighting the technology and methodology used; and second, to publicize the opinion of the attendees about their experience

of participating in it. The Educational Virtual Visit was designed by the Education Area of the National Museum of Archeology, Anthropology and History of Peru in order to bring part of the Museum's collection to an audience that cannot attend in person. At the Ricardo Palma University, the subject offered was the Independence of Peru. A survey was applied to the attendees and the results of its processing and analysis indicate that the experience was satisfactory for the visitors (mainly made up of university students); who, presented proposals to improve the experience and also, offered their interest, raised new topics for other virtual educational visits.

Keywords: Museum, User Experience, Audience, University, Services, Quality, Statistics, Virtual Visit

1. Introducción

El presente estudio se desarrolló como un trabajo de aplicación del curso de Estadística y Probabilidades, a cargo de la Profesora María Chiok, en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Ricardo Palma-URP. Tiene como finalidad generar un informe estadístico sobre la Encuesta **“SATISFACCIÓN DE LOS PARTICIPANTES EN LA VISITA VIRTUAL EDUCATIVA AL MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA, ANTROPOLOGÍA E HISTORIA DEL PERÚ - MNAAHP”**.

El tema surge en el marco de la Responsabilidad Social de la Universidad Ricardo Palma (URP, 2016), estipulado en el Art 206° de su Estatuto que indica: “...profesores y estudiantes de la Facultad, ejecutarán sus tareas docentes y de aprendizaje, al servicio y con participación de la comunidad...”. Consideramos que siendo el museo una institución de la comunidad que vela por el patrimonio cultural del país y que promueve la ciudadanía intercultural, realizar un esfuerzo conjunto del museo y de la comunidad universitaria, para formular el presente informe, será beneficioso para ambas instituciones; permitirá al MNAAHP tomar conocimiento de la apreciación del visitante sobre el servicio que ofrece, así como, desarrollar acciones para mejorar y ampliar la cobertura de sus servicios ; y por otro lado, los estudiantes participantes en la visita y los estudiantes del curso que procesaron los datos, ganaron experiencia y satisfacción del logro obtenido.

1.1 Los museos y la tecnología

Según el International Council of Museums (ICOM, 2007), está vigente la siguiente definición: “Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”. Dada la coyuntura de la pandemia, el museo necesita utilizar los medios de comunicación disponibles, para cumplir con su misión, en especial Internet.

La aplicación de la tecnología en la vida diaria, en especial de Internet, es innegable. Según Mohedano, F. et al. (2020) las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) hacen que los museos pasen de ser espacios de exposición analógicos a centros de exposición, educación y comunicación digital. Su utilización en los museos podría significar muchos beneficios, por ejemplo: facilitar el acceso a públicos que por la distancia no se pueden acercar al local o permitiría superar las limitaciones de aforo. También, podría facilitar observar y apreciar una pieza del museo detenidamente, ya que por su integridad y preservación no se puede tocar. Por ello, algunos museos ofrecen todo o parte de sus colecciones de manera online, que se denomina: Visita Virtual.

El Ministerio de Educación del Perú (MINEDU, 2020) establece el concepto de Acompañamiento Pedagógico, como “una acción de formación docente en servicio situada en el contexto de la práctica docente, que por su diseño comprende diversas estrategias, las mismas que pueden desarrollarse de manera presencial y/o distancia, para promover de manera individual y colectiva la mejora de la práctica docente, que contribuya a la mejora de los aprendizajes de los estudiantes”. Al respecto, un museo cumpliendo su finalidad educativa, puede acompañar y fortalecer las competencias de los docentes, así como acompañar y dar soporte al aprendizaje de los estudiantes. Este servicio de Acompañamiento Pedagógico se facilita si el museo lo realiza a través de Internet.

1.2 El Museo de Pueblo Libre

El Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú-(MNAHP, 2022), ubicado en el distrito de Pueblo Libre en Lima, fue fundado bajo el patrocinio del Libertador José de San Martín en 1822, con el nombre de Museo Nacional del Perú, con el propósito de alentar la identidad nacional. Por ello, es el museo más antiguo del Perú. Fue el único que tuvo el Perú en los primeros cien años de la República. Se encuentra ubicado en la Plaza Bolívar del distrito de Pueblo Libre, en la Ciudad de Lima. En 1945 se funda el Museo Nacional de Antropología y Arqueología en un local compartido con el Museo Bolivariano (antes Museo Nacional del Perú); los cuales, en 1992, se fusionan, formando el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú. Fue así que se convirtió en el museo con mayor cantidad de patrimonio que custodiar y con un inmueble único, la Quinta de los Libertadores, llamado así por haber sido morada de los dos grandes libertadores de Sudamérica: Don José de San Martín y Don Simón Bolívar.



La Quinta de los Libertadores

La variedad de sus colecciones es amplia y cubren toda la ocupación humana de lo que hoy es el Perú, desde los primeros pobladores hasta la República. Tiene las siguientes colecciones: Antropología física, Cerámica, Material lítico, Material orgánico, Metales, Textiles, Documental, Material colonial, Material republicano, Material etnográfico. Por la importancia, calidad y cantidad del patrimonio que custodia, es el museo más importante del país.

Debido a un problema en la infraestructura, el 3 de mayo de 2019, como una medida de seguridad, el Ministerio de Cultura (MINCUL, 2019) decidió cerrar temporalmente el museo. A fin de superar esta limitación, el Área de Educación implementó estrategias que le permitieron seguir atendiendo al público escolar (el segmento más importante durante las visitas presenciales antes de la

pandemia), bajo el concepto de Acompañamiento Pedagógico, es decir, coordinando previamente la realización del evento con los docentes y con la participación activa de docentes y estudiantes en su desarrollo. En el 2019, ofreció a los centros educativos, los “Retablos Educativos de la Historia” y en el 2021, las “Visitas Virtuales Educativas”, que se atendieron de acuerdo a las solicitudes recibidas.

1.3 La visita virtual educativa

El Área de Educación del Museo, ha diseñado la Visita Virtual Educativa sobre el tema: La Independencia del Perú, acorde con la conmemoración del Bicentenario de la Proclamación de la Independencia del País, en el año 2021.

La Visita Virtual Educativa utiliza como estrategia una Ruta de Estudio, y está desarrollada bajo



RUTA DE ESTUDIOS

La Independencia del Perú

01 ANTES DE LA VISITA

Ver material sobre la Independencia del Perú para poder destinar mejor de la visita.

02 LA VISITA

Te enviaremos el enlace de la reunión para dar un paseo 360° por la Quinta de los Libertadores.

03 DESPUÉS DE LA VISITA

Autoevalúa tu aprendizaje y obtendrás tu constancia de participación.



desarrollada en Genially, por ser una herramienta tecnológica que permite crear contenidos interactivos, cuyo enlace es enviado como material previo a los docentes, quienes deciden si la trabajan con sus alumnos o les dan las orientaciones para ellos lo desarrollen según su disponibilidad. Tiene tres momentos, detallaremos la Ruta de Estudio dirigido al nivel Superior:

01. Antes de la Visita

El Reto de la Independencia. - Este enlace da acceso a varias actividades utilizando objetos del Museo, a fin de disfrutar mejor la Visita Virtual Educativa, donde los participantes se familiarizan en forma activa y lúdica con sus contenidos. Permite navegar en forma autónoma por una galería virtual de piezas del museo sobre la Independencia, así como, aprender jugando (ordenar imágenes en una línea de tiempo, relacionar imágenes y conceptos, participar en un bingo) y también, da acceso a información adicional al tema.

La metodología activa que se utiliza es la llamada "Flipped Classroom" o Aula Invertida, que consiste en consumir los contenidos de manera autónoma, al ritmo de aprendizaje propio y de acuerdo a la disponibilidad de tiempo y conexión de cada uno; para luego ingresar a la visita a realizar la parte práctica y actitudinal con sus pares y reforzar los aprendizajes, si es necesario.

02. La Visita

Se realiza a través de una videoconferencia, en una fecha y hora coordinada previamente con el Centro Educativo, cuyo enlace es administrada por el centro. Está basada en un paseo de 360° por la Quinta de Los Libertadores, desarrollado por el Ministerio de Cultura. Comprende cuatro segmentos: a) Un Video por la Quinta de Los Libertadores, que es narrada y acompañada por una docente del MNAAHP y que contiene información adicional, como: acercamientos de imágenes y objetos 3D; b) Un Cuestionario -Quizizz (cuestionario online) que permite identificar cuáles son los conocimientos adquiridos los estudiantes y cuáles son los aspectos que necesitan reforzamiento; c) La Retroalimentación sobre los puntos que se

el concepto de Acompañamiento Pedagógico, por lo cual brinda orientaciones a los docentes y estudiantes sobre un tema de aprendizaje. Está

identificaron con necesidad de reforzar y d) Preguntas y Respuestas, donde los participantes tienen la oportunidad de presentar a un Historiador, sus inquietudes sobre el tema.

03. Después de la Visita-Autoevaluación

Cada participante, ya sea Docente, Estudiante o interesado, mediante un formulario Google, se autoevalúa. Tiene la finalidad de conocer el logro y nivel de las competencias adquiridas. Puede repetirse a voluntad. A los que aprueban un puntaje definido, en forma automática, les llega un certificado de aprobación.

El enlace de la Ruta de Estudio del Nivel Superior es el siguiente: <https://bit.ly/3Mue8Oq>

1.4 Niveles de la visita virtual educativa

El museo ofrece dos temas: “La Independencia del Perú”, que es el tema más pedido por ser el año 2021, el Bicentenario de la Proclamación de la Independencia del Perú y “La vida y obra de Julio César Tello -Chavín y Paracas”. A este sabio peruano, se debe la concepción, que el museo además de conservar el patrimonio cultural, debe realizar investigaciones para incrementar el conocimiento y la educación, y para fortalecer la identidad nacional.

Tabla 1. Atenciones Educativas del MNAHP 2021

Temas	Nivel Educativo			Total
	Primaria	Secundaria	Superior	
Independencia del Perú	25%	56%	6%	87%
Julio C. Tello	3%	10%		13%
Total	28%	66%	6%	100%

Fuente: Area Educativa MNAHP

En la Tabla 1, se aprecia la cantidad de participantes atendidos por el Área de Educación del MNAHP en el año 2021, según niveles educativos: 28% en Primaria (1077 Asistentes); 66% en Secundaria (2546 Asistentes); y 6% en Superior (249 Asistentes), que corresponden a 7 centros educativos de Educación Básica (Primaria y Secundaria) y dos universidades. Si bien el contenido es el mismo, las actividades de la Ruta de Estudios se adecuan al nivel de los estudiantes; ejemplo: para los pequeños se utilizó dibujos animados, y en el nivel superior, en la videoconferencia participó un Historiador para dar la retroalimentación y para responder las preguntas de los estudiantes universitarios.

1.5 La visita virtual educativa en URP

La Universidad Ricardo Palma, a través del Centro Internacional de Tecnologías, Desarrollo Empresarial y Liderazgo-CITDEL,



PERÚ Ministerio de Cultura Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú 52 Años

VISITA VIRTUAL EDUCATIVA LA INDEPENDENCIA DEL PERÚ

Sábado 16 Octubre
10:00 AM
07:00 PM

Domingo 17 Octubre
10:00 AM

Recorrido 360° del Ministerio de Cultura, acompañamiento pedagógico de docentes del Área de Educación del Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia

Organizado por:
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Informática
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

CITDEL

*Válido para el trámite de egresado de todas las facultades

solicitó al MNAHP la realización de la Visita Virtual Educativa en URP. Se contó con el apoyo del Vicerrectorado Académico y el Decanato

de Ingeniería, para organizar y difundir este evento. La inauguración estuvo a cargo del Dr. Félix Romero Revilla, Vicerrector Académico de URP. Esta experiencia fue muy especial para recordar la Proclamación de la Independencia del Perú. Fue organizada en un esfuerzo conjunto del Vicerrectorado Académico, las Escuelas de Informática y de Turismo, CITDEL y Biblioteca Virtual de Ingeniería-BVI.

Se determinaron tres fechas, para facilitar la inscripción y evitar los cruces con los horarios de clase. Cada horario tuvo su propio enlace de videoconferencia, administrado por BVI:

- sábado 16 oct. En dos horarios, de 09:00-10:00am y de 7:00-8:00 pm
- domingo 17 oct. de 10:00-11:00am.

La difusión se realizó a través de la página Web de la universidad, por correo electrónico, por redes sociales (Facebook de la Universidad y de la Facultad de Ingeniería) y en forma directa por los docentes del curso de Estadística en Ingeniería y de Calidad del Servicio en Turismo. Se adjunta el afiche diseñado para difundir la invitación que se complementó con una descripción de la visita. La participación en el evento fue voluntaria.

Es necesario, resaltar el trabajo conjunto de Ingeniería y Turismo, para analizar los datos obtenidos de la Visita Virtual Educativa en URP. Por parte de URP-Facultad de Ingeniería-Curso de Estadística y Probabilidades, la Magister María Chiok Guerra, Profesora del Curso, diseñó dos encuestas de opinión para ser aplicadas a los participantes. La primera, sobre Hábitos de Visita al Museo, que fue aplicada al momento de la inscripción, a través del enlace de ZOOM, cuyos resultados se presentarán posteriormente. La segunda encuesta, aplicada al finalizar la videoconferencia, sobre satisfacción del servicio recibido, que es materia de este artículo, en lo que se refiere a opinión de los participantes, sobre la visita virtual. En la Facultad de Ingeniería- Escuela de Ing. Informática, un grupo de estudiantes de Sistemas de Información Empresarial II, también a cargo de la profesora María Chiok, iniciaron la formulación de un Plan de Marketing de la Visita. Por parte de URP-Facultad de Ciencias Económicas / Escuela

de Turismo, Hotelería y Gastronomía, la Magister Sylvia Malpartida, Profesora del Curso de Calidad de Servicios Turísticos y sus estudiantes, diseñaron las preguntas en formato Likert, sobre calidad de servicio que se incluyó en la encuesta aplicada a los participantes de la visita virtual educativa, y cuyos resultados serán dados a conocer en otro artículo.

2. Presentación del problema

El SARS-CoV-2 (COVID-19) fue declarada como emergencia de salud pública de carácter internacional, en enero del 2020, por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y en marzo del 2020 pasa de ser emergencia a constituirse como pandemia.

(UNICEF, 2021) - United Nations International Children's Emergency Fund (Unicef), en español: Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia, publica en su Web: En el Perú, la pandemia ha conducido a una de las mayores crisis económicas y sanitarias en su época moderna. En el aspecto económico, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el país ha sido uno de los países más afectados del mundo, con una retracción en el Producto Bruto Interno (PBI) de 11.1% en el 2020. Por otro lado, según el Ministerio de Salud (MINSA) al 05 de diciembre del 2021, se registraron 2,243,415 casos confirmados de la COVID-19 y 201,379 fallecidos.

En cuanto al sector cultura, las medidas de confinamiento cancelaron todas las actividades culturales, como conciertos, funciones de teatro, cine, entre otros. Después de casi siete meses desde que se dio inicio (15 de marzo del 2020) el aislamiento social obligatorio (cuarentena); las bibliotecas y museos abrieron sus puertas al público bajo estrictos protocolos sanitarios. En este contexto de cuarentena, a nivel mundial, según UNESCO, mencionado en Delgado (2020), el 90% de los aproximadamente 60 000 museos que existen en el mundo cerraron total o parcialmente.

A nivel nacional, el Ministerio de Cultura administra 56 museos, de los cuales 28 de ellos cuentan con recorridos virtuales, basadas en plataformas tecnológicas; que resultan muy provechosas, al permitir a estudiantes, turistas y público en general, conectarse remotamente evitando

posibles contagios y ahorrarse tiempo en cuanto al traslado hacia el museo. El Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú-MNAAHP, cuenta con un recorrido virtual.

En el curso de *Estadística y Probabilidades* de URP se plantearon las siguientes preguntas: *¿Cuál es la opinión y calificación global sobre la experiencia obtenida en la Visita Virtual Educativa, de los asistentes en cuanto a la calidad del servicio ofrecido? ¿Hay propuestas o comentarios de mejora? ¿Qué nuevos temas sugieren?*

3. Descripción de la solución

El instrumento utilizado para dar solución a la problemática y responder a las preguntas planteadas, fue: una encuesta sobre opinión del servicio dado por la Ruta de estudio, que incluye 10 ítems con una escala de Likert, sobre la calidad del servicio. La cual fue aplicada a los asistentes de la Visita Virtual Educativa realizada en URP, en las tres fechas antes citadas. La estructura de la encuesta fue la siguiente:

- Datos personales
- Opinión sobre la Ruta de Estudio
- Calificación de la Calidad del Servicio (Visita Virtual Educativa). Se usó una escala de Likert del 1 al 5
- Nuevos temas
- Sugerencias de mejoras/Comentarios

La muestra fue no probabilística por conveniencia, debido a que se basó en los participantes que respondieron la encuesta. De los 94 asistentes, respondieron la encuesta 72 participantes, es decir el 77% de los asistentes; de los cuales la mayoría (83%), son estudiantes universitarios (60), el 17% restante, está constituido por 5 docentes y 7 invitados. Si consideramos el género: El 100% de docentes fueron mujeres. En los estudiantes, la mayoría fueron hombres (65%) y de los invitados, el 65% fueron mujeres.

Para el procesamiento de los datos de la muestra se usaron dos programas: SPSS y Excel, cuyos resultados se muestran a continuación.

4. Resultados

Presentamos los resultados de la Encuesta aplicada a los participantes de la Visita Virtual Educativa realizada en URP, considerando a) Calificación global sobre la experiencia; b) Opinión sobre la Visita virtual Educativa; c) Comentarios y Sugerencias de mejoras, y d) Nuevos temas.

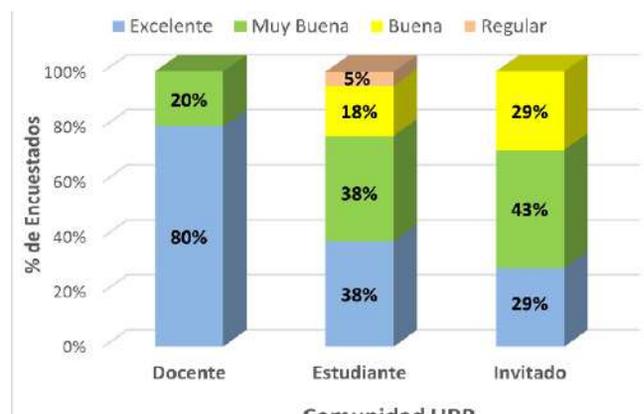
4.1 Calificación global de la experiencia

En el Gráfico 1, se observa que el total de encuestados (72), tiene una opinión global del 96% que la Visita Virtual Educativa es de Calidad, cuyo detalle es: Buena (18%), Muy Buena (38%) y Excelente (40%). En el Gráfico 1a, se aprecia la calificación global de la experiencia según tipo de participante en la Comunidad URP; así vemos que el 100% de los docentes considera que tuvo una experiencia global Excelente y Muy Buena, ese mismo calificativo es compartido por el 76% de estudiantes y por el 72% de los invitados.

Gráfico 1: ¿Cómo califica tu experiencia global?



Gráfico 1a: ¿Cómo califica tu experiencia global?



4.2 Opinión sobre la visita virtual educativa

Presentamos la opinión sobre la Visita Virtual Educativa en los dos primeros momentos, ya que el tercer momento se realiza posteriormente a la visita.

Se presenta la opinión de los encuestados sobre la actividad lúdica, que se realiza en el momento inicial de la Visita Virtual Educativa, que en la Ruta de Estudio aparece como el ítem 01. Antes de la Visita. En el Gráfico 2 se aprecia que hay una apreciación total del 92% de los encuestados que la consideran más que Buena; es decir: Buena (34%), Muy Buena (36%) y Excelente (22%). En el Gráfico 2.a se observa, que la actividad lúdica es Buena para el 100% de docentes, para el 92% de los estudiantes y para el 86% de invitados.

Gráfico 2: ¿Cómo evalúa la actividad lúdica antes de la visita?



Gráfico 2a: ¿Cómo evalúa la actividad lúdica antes de la visita?



En el Gráfico 3, observamos que un total del 96% de encuestados opinan más que Buena al Recorrido 360°, es decir Buena (18%), Muy Buena (42%) y Excelente (36%). Sólo el 3% la considera regular y 1% la considera mala.

En el Gráfico 4, el 100% de los encuestados consideran más que Buena a la Visita, que recordemos consiste en el Recorrido 360° más

los complementos, que corresponden a los cuatro segmentos detallados en el ítem 1.3

Gráfico 3: ¿Cómo considera la información del recorrido de 360°?

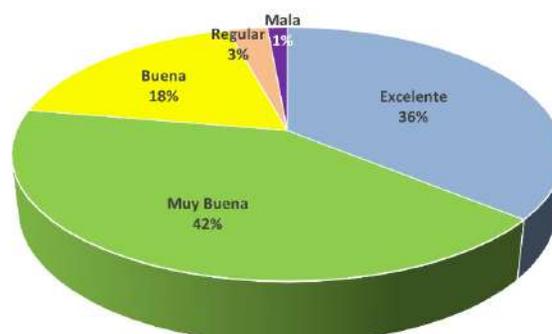


Gráfico 4: ¿Cómo considera la información de la visita Educativa (Recorrido 360° + complementos)?



4.3 Comentarios y sugerencias de mejoras

En la Tabla 2 se observa que el 58% de los encuestados opinan que la presentación de la Visita Virtual Educativa estuvo Excelente y en sus comentarios envían felicitaciones, algunas personas expresan: “Continúen llevando cultura a nuestra población”. “Sería interesante estrechar lazos con Colegios”, “Espero puedan seguir con esta propuesta y enviarme la información de estos eventos al correo que brindé”. También, en la Tabla 2 se observa que el 42% tienen propuestas de mejoras.

En la tabla 3, se detallan las propuestas para mejorar la Visita Virtual Educativa que manifiestan los encuestados, clasificados por: a) Mejoras del proceso; b) Mejoras técnicas y c) Mejoras sobre el contenido. Al respecto, se deben destacar las siguientes sugerencias: “Que los visitantes virtuales puedan realizar sus preguntas en el momento que quieran”. “Revisar la nitidez de la

Tabla 2. Comentarios y Propuestas de los Encuestados

Nivel Educativo	Nº Encuestados	%
<i>Ninguna. La presentación estuvo excelente. Felicidades</i>	42	58
<i>Si, hay aspectos por mejorar</i>	30	42%
Total	72	100%

imagen”. Eliminar “ruidos de micrófono”. “Debería incorporar un mapa de orientación”. “Considerar una línea de tiempo para explicar los sucesos de varios años seguidos”. “Poner datos en la pantalla”. “Revisar las preguntas de autoevaluación”.

Tabla. 3. Propuestas de los Encuestados para mejorar la Visita Virtual Educativo

A. MEJORAS DEL PROCESO	B. MEJORA DEL CONTENIDO
<i>Se debería silenciar los micrófonos de los participantes para que no enterferian la presentación.</i>	<i>Debería incorporarse un mapa de orientación</i>
<i>Que los visitantes virtuales puedan realizar sus preguntas o inquietudes al momento que quieran y esperar hastga final</i>	<i>Considerar una linea del tiempo para explicar los sucesos de varios años seguidos</i>
A. MEJORAS TÉCNICAS	<i>Ponen datos en la pantalla por si no llega a escuchar al expositos y tomar apuntes</i>
<i>Revisar la nitidez de la imagen que por momentos no se aprecia a la perfeccion.</i>	<i>Resaltar la información de lo que tiene como pieza del museo y si no las tuviera recrearlas con otras imágenes que complemente la información.</i>
<i>La claidad del audio por momentos es muy buena y por momentos tiene ruidos del mricrófono.</i>	<i>Revisar las preguntas de la auto evaluación, era evidente la respuesta o se podia responder con sentido común y no con conocimiento.</i>

Fuente: *Elaboración propia*

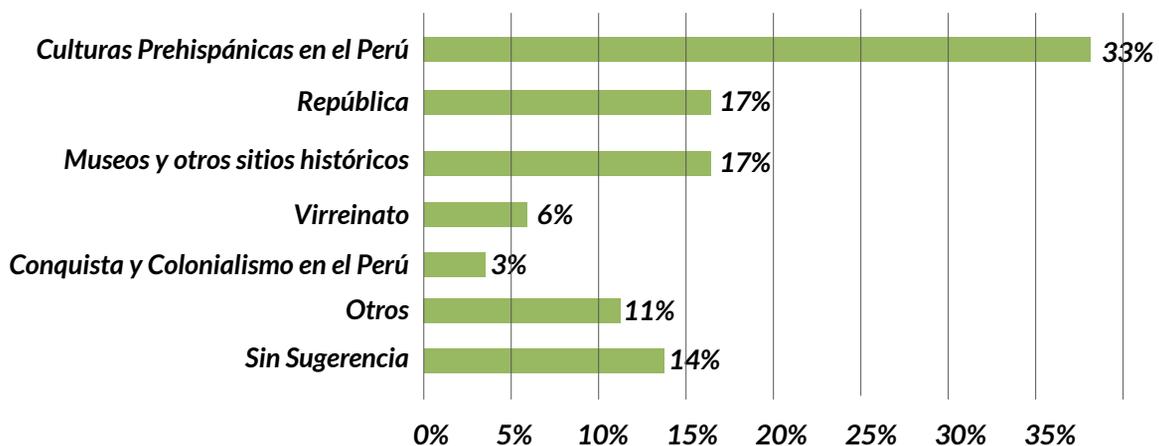
Los encuestados también proporcionaron sugerencias complementarias, que podrían mejorar la experiencia, como son: a) Colocar el video del Recorrido Educativo en Internet para poderlo repetir, b) Considerar otros cuestionarios Quizizz, c) Dar otras recompensas a los participantes que respondan mejor, por ejemplo, un ranking de mayores puntajes, d) Incluir el lenguaje de señas para los discapacitados de audio.

4.4 Nuevos temas

En el Grafico 5, apreciamos que un total de 86% de los encuestados manifiestan que tienen propuestas de nuevos temas para otras Visitas Virtuales Educativa: El 33% prioriza las Culturas Prehispánicas en el Perú, es decir: Caral, Chavín, Moche, Paracas, Sipán; en los cuales les interesa la arquitectura, cerámica, instrumentos y arqueología.

El 17% de los encuestados, propone como tema otros museos, los cuales son en orden alfabético: Larco, María Reiche, Oro, Pachacamac, Puruchuco y Sipán.

Gráfico 5. Temas para otra Visita Virtual Educativa



Con el mismo porcentaje, 17% de los encuestados se interesan por los acontecimientos más resaltantes en los 200 años de Independencia, como son la Batalla de Ayacucho, Combate del 2 de mayo, Guerra del Pacífico, Terrorismo, Gobiernos del Perú.

Se reducen los porcentajes de interés para los temas del Virreinato (6%) y Conquista (3%).

En otros (11%) podemos mencionar los temas relacionados a la participación de la mujer, la tecnología y su evolución, uso del espacio y economía.

5. Conclusiones

- El 96% del total de los encuestados consideran que la Visita Virtual Educativa es de Calidad, ya que le otorgaron una calificación global de Buena, Muy Buena y Excelente. La calificación global por tipo de comunidad, fue considerada Excelente y Muy Buena, por el 100% de los docentes, por el 76% de los estudiantes y por el 72% de los invitados, apreciándose que los estudiantes e invitados son más exigentes en su apreciación.

- La actividad lúdica antes de la Visita Educativa, la consideran más que Buena el 92% del total de los encuestados. Según comunidad, la opinión es más que Buena para el 100% de los docentes, el 92% de los estudiantes y el 86% de los invitados.
- Los encuestados opinan que la información del Recorrido 360° es más que Buena para el 96%. Sólo la consideran Regular el 3% y Mala, el 1%.
- Considerando que la Visita, comprende el Recorrido 360° más Complementos, la consideran más que Buena el 100% de los encuestados. Al detallar esta opinión según comunidad, se observa que tienen una opinión de Muy Buena: el 100% de los docentes, el 77% de los estudiantes y el 71% de los invitados; reforzando la conclusión que éstos últimos son más exigentes.
- El 58% de los encuestados en sus comentarios, envían felicitaciones y afirmaciones positivas sobre la continuación de la Visita Virtual Educativa.
- El 42% de los encuestados tienen propuestas de mejoras para la Visita Virtual Educativa, las

cuales se han clasificado según su aplicación: a) Sobre el proceso, b) Sobre técnicas, y c) Sobre contenido. Estas últimas son: incorporar un mapa de orientación y una línea de tiempo, incorporar datos e imágenes que complementen la presentación de las piezas del museo, por último, adecuar la autoevaluación al nivel universitario.

- Como aportes complementarios, los encuestados sugieren: a) Colocar el video del Recorrido Educativo en Internet para poderlo repetir, b) Tener más Quizizz (cuestionarios); c) Dar recompensas motivadoras a los estudiantes que respondan mejor, como un ranking de participantes, d) Incorporar el lenguaje de señas para los discapacitados de audio.
- Sobre nuevos temas para otras visitas virtuales educativas, el 86% de los encuestados proponen los siguientes temas:

a) Culturas Prehispánicas en el Perú (33%), es decir: Caral, Chavín, Moche, Paracas, Sipán; en los cuales les interesa la arquitectura, cerámica, instrumentos, arqueología.

b) 200 años de Independencia (17%), sobre los siguientes temas: Batalla de Ayacucho, Combate del 2 de mayo, Guerra del Pacífico, Terrorismo, Gobiernos del Perú.

c) Otros museos (17%), los propuestos son (en orden alfabético): Larco, María Reiche, Oro, Pachacamac, Puruchuco, Sipán.

6. Discusión

- La alta aceptación de la Visita Virtual Educativa por parte de los estudiantes universitarios, confirma la importancia de la función educativa enunciada en la definición vigente de un museo dado por el ICOM y que es posible que el museo se convierta en un centro de exposición, educación y comunicación.
- La presentación de la Visita Virtual Educativa por parte del MNAAHP y la participación de la academia para estudiar y proponer mejoras del servicio, es una experiencia invaluable para los docentes y estudiantes universitarios que concreta la misión de la Universidad Ricardo

Palma en lo que respecta a la Responsabilidad Social Universitaria.

- La experiencia conjunta de docentes y estudiantes de dos escuelas, para realizar trabajos en sus respectivas áreas sobre un tema común, debe ser analizada a fin de ser replicado por otras escuelas de la Universidad Ricardo Palma.
- La encuesta de opinión sobre la visita debe precisar si se realizó la experiencia antes de dar la opinión, en los siguientes casos: a) actividades lúdicas y b) Recorrido 360°, con el objeto de tener mayor claridad de las respuestas recibidas.
- El desarrollo de otras Visitas Virtuales en URP permitirá acrecentar los datos sobre Hábitos de Visita al Museo de los estudiantes universitarios URP y formular un perfil.
- Para un mejor desarrollo de la Ruta de Estudio y que se completen sus tres momentos, es conveniente que en un centro educativo sea coordinada la visita a través de los responsables de la Coordinación de los cursos relacionados con los temas de la Visita Virtual Educativa.
- La participación de la academia podría abrir oportunidades para usar otras tecnologías en el museo: Realidad Virtual, Realidad Aumentada, Inteligencia Artificial, Impresión 3D, Fabricación Digital, entre otras.

7. Recomendaciones

- Al Área de Educación del MNAAHP: Analizar e implementar las mejoras que proporciona este estudio, con el fin de mejorar el servicio que ofrece.
- Al Ministerio de Cultura: Que amplie información en el recorrido 360° con textos e imágenes, audioguías, objetos 3D, con el objeto de hacerlo más amigable y entendible.
- Al Programa de Estudios Básicos la Universidad Ricardo Palma: Considerar la experiencia de la Visita Virtual Educativa que ofrece el Área de Educación del MNAAHP dentro de la programación horaria de los cursos relacionados con el tema, es decir: Formación histórica del Perú, Realidad Nacional e Historia de la Civilización, con el propósito de incrementar el aprendizaje.

- A los Docentes de los Cursos de Estadística y Probabilidades: Continuar con la práctica de realizar encuestas y procesar los datos de experiencias reales de la Comunidad, que incentivan la investigación formativa en sus estudiantes y mejora el aprendizaje.
- A los Directivos de Museos: Replicar la experiencia de la Visita Virtual Educativa, implementar tecnologías TIC y metodologías activas del siglo XXI, como el aula invertida, gamificación, entre otras, que les permitirá ampliar los servicios del museo.
- A los Rectores de Universidades y Directores de Museos: Implementar el Voluntariado de estudiantes universitarios en las áreas educativas de los museos, considerándolas Prácticas Pre-Profesionales, con el objeto de desarrollar otros temas de Visita Virtual Educativa.

Referencias

- Delgado Pacheco, S. (2020). Los retos en investigación, comunicación y educación de los museos de Lima en el marco de la COVID-19. Una discusión sobre los desafíos del futuro a partir de su situación actual y de las experiencias del MALI y el MUCEN. <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v12n1/2415-0959-des-12-01-285.pdf>
- ICOM (2022)-International Council of Museums, establece la definición de un Museo. <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- MINCUL (2019)-Ministerio de Cultura. Nota de Prensa del 3 de mayo del 2019 informa que el MNAAHP cierra temporalmente- <https://www.gob.pe/institucion/cultura/noticias/28088-ministerio-de-cultura-dispone-cierre-temporal-del-museo-nacional-de-arqueologia-antropologia-e-historia-del-peru-de-pueblo-libre>
- MINEDU (2020)-Ministerio de Educación del Perú. Resolución Viceministerial N° 104-2020-MINEDU aprueba la Norma Técnica que establece disposiciones para el desarrollo del Acompañamiento pedagógico en instituciones focalizadas de la Educación Básica Regular, para el periodo 2020-2022
- MINSA (2021) - Ministerio de Salud del Perú. (5 de diciembre de 2021). Sala Situacional COVID-19 Perú. https://covid19.minsa.gob.pe/sala_situacional.asp
- Mohedano, F. O., Martín, I. G., & Peláez, M. E. P. (2020). Hábitos de uso y consumo de la audiencia de los museos. La encrucijada comunicativa revelada. Fonseca, Journal of Communication, (20), 35-53. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc2020203553>
- MNAAHP (enero 2022). Historia del Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú. <https://mnaahp.cultura.pe/>
- UNICEF (2021) Con fecha 5 de diciembre de 2021, publica el siguiente informe, COVID-19: Impacto de la caída de los ingresos de los hogares en indicadores de niñez y adolescencia – Estimaciones 2020-2021. <https://www.unicef.org/peru/informes/covid19-impacto-de-la-caida-de-los-ingresos-de-los-hogares-en-indicadores-de-ninez-y-adolescencia>
- URP (2016) – Estatuto de Universidad Ricardo Palma adecuado a la Ley Universitaria N°30220, aprobado por el Consejo Universitario el 29 de febrero del 2016.

DOCUMENTOS

A fines del gobierno anterior, en junio de 2021, el congresista Raúl Machaca Mamani propuso una ley con el fin de colocar el cultivo, la producción, la tecnificación y el resguardo patrimonial del olivo en el lugar que le corresponde. Esta ley proponía desde declarar el 26 de noviembre el día del olivo, la capacitación vía COPESCO a los gobiernos locales a fin de mejorar el conocimiento del cultivo y transformación hasta la promoción para desarrollar el consumo del aceite de oliva en el país.

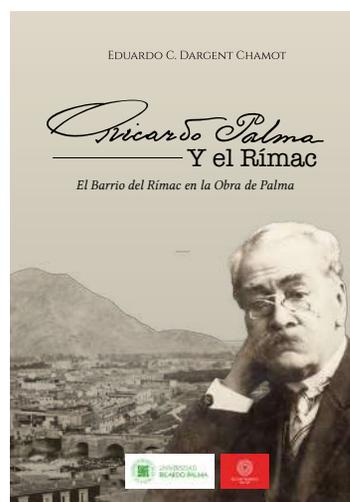
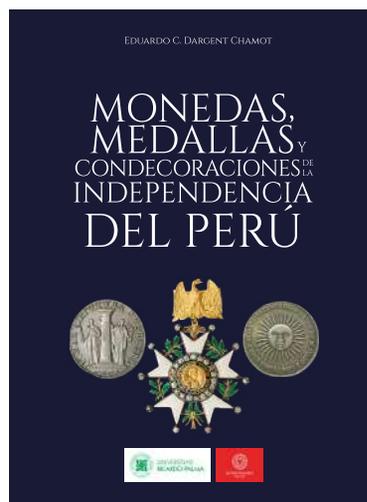
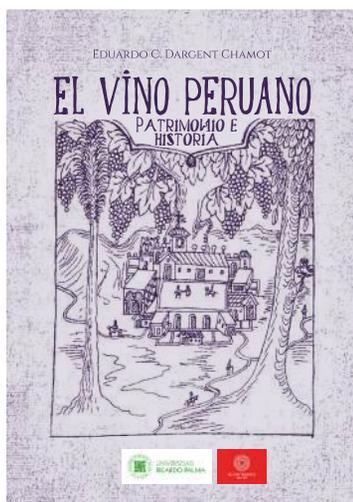
La presentación de la referida ley al congreso, en su exposición de motivos indica a la letra:

“por estos motivos Eduardo Dargent detalló que el cultivo de vid y olivo se hizo general en el país aprovechándose las mejores tierras cultivables que fueron identificadas entre las regiones de Lima y Tacna, especialmente por sus características desérticas y estar ubicadas en el trópico”.

El congresista Machuca dio como fuente de su estudio el libro del profesor Dargent **Olivos y olivas en la historia del Perú** publicado por la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, lo que es una muestra palpable de que las publicaciones de la escuela y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales están apoyando el desarrollo del país.

No dudamos que otro de los cuatro libros del doctor Dargent, publicados en el marco conmemorativo del Bicentenario de la Independencia del Perú, sobre las razones para que el vino peruano sea declarado **patrimonio cultural y gastronómico del Perú**, dará pronto mucho de qué hablar.

El editor





Proyecto de Ley N° 7938/2020 - CR

CONGRESISTA RAÚL MACHACA MAMANI

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

PROYECTO DE LEY QUE PROMUEVE LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL OLIVO

El Congresista de la República **RAÚL MACHACA MAMANI**, integrante del Grupo Parlamentario del Frente Popular Agrícola FIA del Perú – FREPAP-, ejerciendo el derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107° de la Constitución Política y los artículos 22°, inciso c), 75° y 76°, ordinal 2), del Reglamento del Congreso de la República; presenta el siguiente PROYECTO DE LEY:

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE PROMUEVE LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL OLIVO

Artículo 1.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene como objeto revalorar y promover el cultivo del árbol del olivo del Perú, en su variedad criolla o sevillana del Perú, con el objeto de fomentar su cultivo a nivel industrial, masivo o tecnificado, para incrementar el consumo nacional de la aceituna, el aceite de olivo y productos derivados, para mejorar la industria de la gastronomía, que permita el desarrollo económico de los productores agrarios de las zonas olivicultoras de todo el país.

Artículo 2.- Día nacional del Olivo

Declárase el día 26 de noviembre de cada año, como el Día Nacional del Olivo, a fin de revalorar y promover la conservación y recuperación de olivos centenarios o patrimoniales, de acuerdo a la normatividad existente y a partir de estos, a sus productos y actividades derivadas.

Artículo 3.- Promoción del agroturismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través del Plan COPESCO capacita, planifica, y articula con los gobiernos locales y regionales, la promoción del cultivo del olivo.

Artículo 4.- Entidades responsables

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los Gobiernos Regionales, los Gobiernos locales y demás entidades del sector público, sociedad civil e instituciones del sector privado, articulan e implementan campañas para revalorar el consumo de productos derivados del árbol del olivo.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. Declaratoria de interés nacional para la creación del Instituto de Investigación especializada del Olivo

Declarase de necesidad pública e interés nacional la creación del Instituto Nacional del Olivo, como un Organismo Público Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, con personería jurídica de derecho público, con competencia a nivel nacional y autonomía administrativa, funcional, técnica, económica y financiera.

Facúltese de manera excepcional para este fin, a suscribir convenios y destinar recursos provenientes de fondos de cooperación internacional, o del Canon Minero de las Universidades Nacionales que lo requieran

Segunda. Incentivo promotor

Facúltese al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego a planificar y ejecutar junto con los gobiernos sub nacionales, un incentivo promotor en cada departamento olivicultor, a otorgarse al sector privado una vez al año, en las categorías que se determine conforme al reglamento de la presente Ley.

Tercera. Financiamiento

La implementación de la presente ley se financia con cargo al presupuesto institucional de las entidades públicas involucradas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

DISPOSICIÓN REGLAMENTARIA

Única. Plazo

El Poder Ejecutivo, en un plazo no mayor de 60 días calendario, dicta las normas complementarias para la mejor aplicación de la presente Ley.



Firmado digitalmente por:
MACHACA MAMANI RAUL FIR
00484244 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/06/2021 08:35:46-0500

Lima, junio de 2021

Raúl Machaca Mamani
Congresista de la República

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, de JUNIO del 20 21...

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición N° 7238 para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de AGRICULTURA.....



.....
YON JAVIER PÉREZ PAREDES
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. Origen del cultivo del olivo en el Perú

A la llegada de los conquistadores españoles en el Perú, se estableció una economía agrícola que pudiera proveer los productos usualmente empleados por los que habían conquistado al Tahuantinsuyo.

Esto provocó la primera generación de producción local de productos como:

- a) La vid, con ella se produjo vino y luego el pisco, a la prohibición de producir vino que compita con la producción española.
- b) El olivo, sobre la cual la gastronomía de Castilla La Mancha y Cataluña se habían desarrollado.

Por estas razones, Eduardo Dargent¹, detalló que el cultivo de vid y olivo se hizo general en el País, aprovechándose las mejores tierras cultivables que fueron identificadas entre las regiones de Lima y Tacna, especialmente por sus características desérticas y estar ubicadas en el Trópico.

Durante la conquista y la colonia, el consumo de productos derivados del árbol del olivo fue significativo, en particular para el consumo de vegetales y de carne vacuna, debido a la necesidad de garantizar una mejor digestión, conforme era la costumbre de España.

2. El Olivo y el Perú

Uno de los lugares más históricos de Lima es en la actualidad un "parque" pero en sus orígenes fue el huerto de olivos más grande del país y fue cultivado por Francisco Pizarro, el conquistador del Perú. En la actualidad está ubicado en San Isidro.

En la actualidad, el cultivo del olivo representa algunas características muy significativas:

- a) En el ámbito agrícola, es un producto tradicional de exportación y el incremento de áreas de cultivo y producción se han elevado en los últimos años, especialmente porque el sector turismo y gastronómico lo han requerido.

¹ Dargent Chamot Eduardo; Olivos y olivas en la historia del país; 2018, Universidad Ricardo Palma. Despacho del Señor Congresista Raúl Machaca Mamani – Palacio Legislativo – Plaza Bolívar S/N - Cercado de Lima / Teléfono (01) 3117777

- b) En el ámbito gastronómico, la amplificación de hoteles, restaurantes y actividades indirectas han permitido incrementar su consumo y la mejora de su calidad como producto en sus diferentes modalidades.

Complementariamente, ambas actividades han generado beneficios significativos:

- a) Una mayor y mejor calidad en la mano de obra, especialmente a nivel de la tecnogricultura, especialmente porque se ejecuta el cultivo con riego tecnificado al establecerse que las mejores zonas de cultivo son desiertos.
- b) Una mejora cualitativa de procesos de industrialización para exportación, lo cual permite establecer un selecto grupo de productores y agricultores que requieren de una mejor atención del Estado.
- c) El empleo de un mayor número de personas vinculadas al proceso de agricultura, cultivo, cosecha, producción y exportación de productos derivados de olivo, lo cual permite detallar que su incidencia en la economía nacional es significativa.

3. La denominación de origen

Debido al incremento de la agricultura y producción del olivo, es que el INDECOPI en el año 2015, generó una "denominación de origen"², el cual es un elemento cualitativo para toda producción de cualquier producto.

De este modo, se ha determinado la denominación de origen de la "aceituna sevillana de Tacna", con lo cual se puede:

- a) Detallar características especiales al producto, en función a su denominación y origen de cultivo.
- b) Mejorar en el mercado internacional, respecto de la competitividad del producto, sobre la cual se puede acceder a un mercado gastronómico de élite.

Corresponde indicar que la "denominación de origen" es un conjunto de reglas aplicables a la producción de derivados vinculados al ámbito de la gastronomía y que comenzó a fines de la Edad Moderna, cuando en París se estableció la necesidad de salvaguardar el "origen" de la producción de vinos, quesos y productos afines.

² Diario Gestión, "Indecopi entregó denominación de origen de aceituna de Tacna"; 29 de enero de 2015.

Despacho del Señor Congresista Raúl Machaca Mamani – Palacio Legislativo – Plaza Bolívar S/N - Cercado de Lima / Teléfono (01) 3117777

En este sentido, la denominación de origen es un "valor cualitativo" que mejora la identificación, cualificación y control de calidad del producto derivado del olivo, lo cual permite al Perú garantizar un nivel de accesibilidad a mercados de mucha rentabilidad que se vincula en forma directa con el incremento de una mano de obra que garantiza un proceso de mejora de la calidad de vida de todas estas personas.

Bajo esta premisa, existen aproximadamente más de 1,200 personas vinculadas³ a las empresas dedicadas a la agricultura, cultivo, cosecha, producción de productos derivados del olivo en el país y con ello se establece la necesidad de establecer una mejor línea de acción del Estado peruano a favor de un producto que puede tener una competencia muy elevada de parte de Chile y de Argentina, debido a que también pueden producir estos productos.

ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA PROPUESTA EN LA LEGISLACIÓN VIGENTE

La presente propuesta pretende revalorar y promover la producción de derivados del árbol del olivo, facultando para ello a los tres niveles de gobierno para que, dentro de sus competencias, se articulen los esfuerzos para promover por ejemplo el cultivo del olivo a nivel industrial o de agricultura tecnificada.

Se faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través del Plan COPESCO capacita, planifica, y articula con los gobiernos locales y regionales, a fin de promover y establecer rutas de agroturismo que incluyan el olivo.

Asimismo, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los Gobiernos Regionales, los Gobiernos locales y demás entidades del sector público, sociedad civil e instituciones del sector privado articulan e implementan campañas para revalorar el árbol del olivo, con su fruto, productos y subproductos.

Según lo previsto en el artículo 79 de la Constitución Política del Perú, los Congresistas de la República no tienen iniciativa de gasto, en el sentido de crear o aumentar el gasto público; esta disposición se complementa con lo dispuesto en el numeral 17) del artículo 118 de la Constitución, respecto a que constituye una de las funciones del Presidente de la República administrar la hacienda pública; por ello nuestra propuesta está orientada a declarar de necesidad pública la creación del Instituto de Investigación especializada del Olivo, como un Organismo Público Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, con personería jurídica de derecho público, con competencia a

³ Entidad que reúne a parte de los productores del sector,
*Despacho del Señor Congresista Raúl Machaca Mamani – Palacio Legislativo – Plaza Bolívar S/N -
Cercado de Lima / Teléfono (01) 3117777*

nivel nacional y autonomía administrativa, funcional, técnica, económica y financiera. Y facultar a las universidades nacionales y suscribir convenios y destinar de manera excepcional recursos provenientes del Canon Minero.

Se está proponiendo, un incentivo promotor en cada departamento olivicultor, a otorgarse al sector privado una vez al año, en las categorías que se determine conforme al reglamento de la presente Ley, para lo cual dejamos a discreción del poder ejecutivo este incentivo.

Y finalmente precisamos que la implementación de la presente ley se financia con cargo al presupuesto institucional de las entidades públicas involucradas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

EFFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente iniciativa legislativa complementa la normatividad vigente ya que varios gobiernos regionales y locales están haciendo esfuerzos para fortalecer sus cadenas productivas para revalorar el olivo, no afectando ninguna normatividad interna existente en nuestra legislación.

Asimismo, para la implementación de la presente ley se precisa que esta se financia con cargo al presupuesto institucional de las entidades públicas involucradas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

En este ámbito, se proyecta la inversión económica privada a favor de la producción de derivados del olivo en regiones como Arequipa, Moquegua y Tacna, especialmente porque en estas zonas es posible aplicar una mejor agricultura del producto "aceituna sevillana de Tacna", conforme su denominación de origen.

VINCULACIÓN CON EL ACUERDO NACIONAL

La presente iniciativa tiene vinculación con la siguiente política de Estado del Acuerdo Nacional:

Octava Política de Estado: Descentralización Política, Económica y Administrativa para propiciar el desarrollo integral, armónico y sostenido del país.

ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO

En el ordenamiento jurídico peruano realizar el análisis costo -beneficio implica un método para conocer en términos cuantitativos el impacto y el efecto que

*Despacho del Señor Congresista Raúl Machaca Mamani – Palacio Legislativo – Plaza Bolívar S/N -
Cercado de Lima / Teléfono (01) 3117777*

tiene un proyecto de ley sobre diversas variables que afectan a la sociedad; así lo dispone la Ley 26889, Ley Marco para la Producción y Sistematización Legislativa y, específicamente, el artículo 3° del Reglamento de la referida ley, aprobada mediante el Decreto Supremo N° 008-2006-JUS.

La referida norma establece que el análisis costo - beneficio es obligatorio en caso de normas de desarrollo constitucional, leyes orgánicas, leyes de reformas del Estado, o leyes que incidan en aspectos económicos, financieros, productivos, tributarios y en leyes que regulan la política social o ambiental.

Sin perjuicio de lo antes señalado, cumplimos con indicar que esta iniciativa no genera gasto adicional al erario público, pero si establece un marco jurídico para desarrollar políticas de Estado, vinculado a los a la promoción de una actividad agraria que necesita revalorarse.

Lima, junio de 2021



Firmado digitalmente por:
CAYLLAHUA BARRIENTOS
WILMER FIR 09773748 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22/06/2021 17:27:01-0500



Firmado digitalmente por:
HUAMANI MACHACA Nelly FAU
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22/06/2021 20:59:57-0500



Firmado digitalmente por:
RETAMOSO LEZAMA MARIA
CRISTINA FIR 41854380 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22/06/2021 09:56:58-0500



Firmado digitalmente por:
PINEDA SANTOS Isaias FAU
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22/06/2021 17:39:55-0500



Firmado digitalmente por:
NUÑEZ MARREROS JESUS DEL
CARMEN FIR 18894109 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 23/06/2021 11:15:35-0500



Firmado digitalmente por:
RAYME MARIN Aoides FAU
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 23/06/2021 09:07:04-0500

Despacho del Señor Congresista Raúl Machaca Mamani – Palacio Legislativo – Plaza Bolívar S/N -
Cercado de Lima / Teléfono (01) 3117777

Asociación Peruana de Pizzeros Artesanales-ASPPA

Recuerdo nítidamente al alumno Christian Vásquez Lino en quien recayó la responsabilidad del manejo de **Radio Turismo URP**, proyecto comunicacional de nuestra escuela profesional con la que se dio inicio a la trasmisión en directo, vía señal de Internet, con programación nacional. Su primera entrevista fue solicitada al doctor Iván Rodríguez Chávez, rector de nuestra casa de estudios. Se registra una fotografía de aquella entrevista. También fui uno de sus entrevistados.



La primera entrevista para Radio Turismo URP le fue solicitada al Dr. Iván Rodríguez Chávez, rector de nuestra casa de estudios, efectuada por su conductor, alumno Christian Eduardo Vásquez Lino

La presente fotografía y leyenda fue publicada en la página 10 de la edición N° 9 de esta publicación, correspondiente al mes de setiembre de 2016. Christian estuvo al frente de dicho programa por el lapso de año y medio, hasta la finalización de sus estudios en 2019.

Luego lo perdí de vista por varios años y nos hemos vuelto a reencontrar en fecha reciente, luego de las coordinaciones que él sostuviera con el magíster Carlos Villena Lescano, director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, quien lo derivó a mi persona a fin de contribuir a poner en claro un emprendimiento de su autoría que hemos denominado la **Asociación Peruana de Pizzeros Artesanales-ASPPA**, cuya acta de conformación de la comisión organizadora se registra a continuación.

No cabe duda que en el desarrollo institucional de la naciente agremiación la dirección de la EPTHG y su planta de docentes tendrán una relevante participación. En lo que respecta a mi persona dejo abiertas las páginas de la presente publicación para registrar los avances de su quehacer institucional y cumplir con hacer realidad el nacimiento del capítulo de ASPPA en la centenaria ciudad de Chosica.

EL EDITOR



ACTA DE CONFORMACIÓN DE LA COMISIÓN ORGANIZADORA DE LA “ASOCIACIÓN PERUANA DE PIZZEROS ARTESANALES-ASPPA”

En el jirón Río Santa N° 251, Urbanización Covida, distrito de Los Olivos, provincia y departamento de Lima, siendo las 11 horas del día 28 de enero de 2022 se reunieron las personas cuyos nombres y firmas se registran al final de la presente acta, con el objeto de proseguir con las coordinaciones orientadas a constituir una asociación civil de derecho privado sin fines de lucro, con modalidad de Ong, de duración indeterminada, abierta, de gestión democrática, cuya sede será el distrito de Los Olivos, denominada “ASOCIACIÓN PERUANA DE PIZZEROS ARTESANALES-ASPPA”

Siendo las once y quince minutos hizo uso de la palabra el señor Christian Eduardo Vásquez Lino, quien manifestó que de acuerdo a lo expresado en reuniones anteriores el objetivo principal de la naciente institución está orientado a constituir una asociación civil de derecho privado sin fines de lucro, que integre a todas aquellas personas interesadas en el tema, brindándoles las herramientas necesarias para gestar un emprendimiento o conseguir un empleo, logrando de esta manera asegurar alcanzar una alta calidad en la producción de pizzas artesanales en el ámbito nacional, mejorando la calidad del producto gastronómico.

Manifestó que con el fin de proseguir con la presente asamblea se debía proceder a nominar un **director de debates** y un **secretario de actas** para la presente reunión, solicitando a los presentes se propongan a los candidatos. Luego de un breve intercambio de opiniones por parte de los asambleístas, resultaron elegidos el señor Christian Eduardo Vásquez Lino como director de debates y la señorita Linda Diana Camac Condo como secretaria de actas, lo que fue aprobado **por unanimidad**.

Seguidamente el expositor manifestó que el hecho que la gran demanda de pizza artesanal en el Perú está motivando el surgimiento de una importante cantidad de pequeños emprendimientos y la constitución de empresas dedicadas a la producción y venta de pizzas artesanales de alta calidad y sabor, por lo que es necesario integrarlos en una institución especializada, con el objetivo de contribuir a la finalidad de optimizar su crecimiento y consolidación, a la vez que asegurar beneficios económico-sociales para los asociados.

La asociación pondrá especial atención en el hecho social por lo que buscará crear una oferta de pizzeros artesanales, capacitados para desarrollar un producto de alta calidad, enseñando de forma gratuita a personas de bajos recursos económicos, que se encuentren interesadas en el tema, brindándoles las herramientas necesarias para conseguir un empleo. De esta forma, además, se podrá asegurar una alta calidad en la producción de pizzas artesanales en el Perú.

La asociación funda sus objetivos en el hecho de la existencia de una amplia rama de proveedores, dedicados a la producción y venta de insumos para pizzas como quesos, embutidos, harinas entre otros productos de panificación. Así también utensilios, equipamiento de cocina, papelería y empaque, hecho que amerita que bajo el reconocimiento de la naciente asociación se le otorgue un sello de calidad el cual asegure que son productos de calidad, confiables para obtener un buen resultado en la producción de pizzas artesanales.

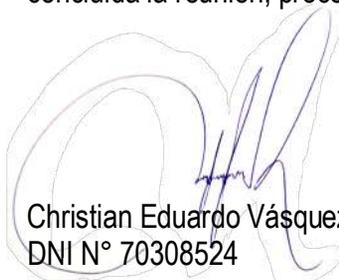
La asociación propinará prácticas medioambientales como el reciclado de los residuos orgánicos para la utilización de ecosilos para producir tierra de buena calidad para tareas de huertos familiares, fitodecoración y forestación, así como el reciclado de las cajas de cartón, de alto consumo en la actividad pizzera.

La asociación basará su crecimiento institucional promoviendo el beneficio a la salud dado que el consumo de pizza artesanal peruana, por la simpleza y calidad de los insumos peruanos orgánicos, benefician a la salud física de los consumidores. A diferencia de las pizzerías de cadena, la pizza artesanal peruana brinda una comida mucho más saludable, sin tantas grasas saturadas y lo más importante, un pan de alta calidad, no más dañino que los que contienen preservantes y saborizantes.

Luego de un intercambio de opiniones los asambleístas acordaron **por unanimidad** lo siguiente:

1. Aprobar la conformación de la comisión organizadora de la Asociación Peruana de Pizzeros Artesanales-ASPPA integrada por las siguientes personas:
 - 1.1. Sr. Christian Eduardo Vásquez Lino, quien la presidirá.
 - 1.2. Srta. Linda Diana Camac Condo.
 - 1.3. Sr. Kris Jeu Puente Huaynate
2. Fijar como fecha señalada para la presentación, discusión y aprobación de la declaración de principios y estatuto a las 11 horas del día 06 de febrero de 2022, en este mismo local.
3. Designar asesor ad honorem al licenciado Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma.

Siendo las 13.00 horas y no habiendo otro punto que tratar el presidente de debates de la reunión dio por concluida la reunión, procediéndose a firmar la presente acta en señal de plena y total conformidad.



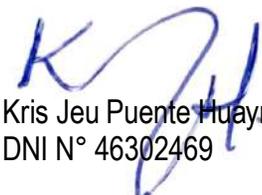
Christian Eduardo Vásquez Lino
DNI N° 70308524



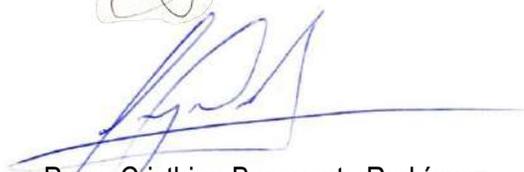
Linda Diana Camac Condo
DNI N° 70010547



Jesús Javier Castillo Segura
DNI N° 46651090



Kris Jeu Puente Huaynate
DNI N° 46302469



Percy Cristhian Benavente Rodríguez
DNI N° 45330282



Daniel Soto Correa
DNI N° 07681854

BERNARDO Roca Rey



Pocas personas han tenido una influencia tan destacada en temas patrimoniales del Perú como Bernardo Roca Rey que nos ha dejado esta semana. Su gran amor a lo peruano lo llevó a elevar a un peldaño internacional un valor que todos los peruanos conocíamos, la gastronomía nacional, fundando con unos amigos la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega) y desarrollando el encuentro anual de la Feria MISTURA que desde 2008 presenta al público local y a los visitantes extranjeros la riqueza de nuestra cocina en la que se mezclan las regiones geográficas con sus productos nativos y originales, con los aportes culturales que el país ha recibido de las cuatro esquinas del globo terráqueo. MISTURA se convirtió en poco tiempo en la feria gastronómica más importante de América Latina.

Fue también don Bernardo un promotor de nuestro destilado bandera, el pisco y defensor de su peruanidad en foros locales e internacionales. Las lecturas de crónicas le dieron la confianza para enfrentar ese último emprendimiento de crear un viñedo en los arenales cercanos a Pisco y pudo ver el éxito de su proyecto con los excelentes vinos que cosechó. Su desarrollo de la Cocina Novo Andina, y su amado “Pantagrúel”, abrieron puertas nuevas a nuestros cocineros quienes pudieron, gracias a ese empuje, crear respaldados por una tradición y un sueño.

Como periodista también dedicó muchas horas a la gastronomía. “Somos” la revista de El Comercio que creó en 1986, dio cabida constantemente a los temas culinarios, y que mejor monumento a su pasión por nuestra cocina que los coleccionables de El Comercio con las recetas de los grandes cocineros peruanos como Teresa Ocampo, Marisa Guiulfo y Gastón Acurio, entre otros, que así pudieron ser recreadas en los hogares de todo el país.

En cada mesa, en cada casa y en cada restaurante echaremos de menos a don Bernardo.



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

¿Quieres liderar la industria turística?



Estudia
Turismo, Hotelería
y Gastronomía
en la URP

Inscríbete aquí



Gamille Odé Sánchez
Alumna del 5to. ciclo

EXÁMEN PRESENCIAL DE APTITUD ACADÉMICA:

VIERNES 17 DE JUNIO 2022

INSCRIPCIONES:

DESDE EL 12 DE MAYO AL 14 DE JUNIO 2022

TÚ ELIGES



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía



Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

¿POR QUÉ ELEGIR LA CARRERA DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA EN LA URP?



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

LICENCIADA POR SUNEDU

✓ **Acreditación Internacional**

La carrera de Turismo, Hotelería y Gastronomía cuenta con la acreditación del Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC) CINDA que garantiza la calidad de enseñanza de nuestra escuela a los estudiantes y egresados..

✓ **24 años de Experiencia**

Este 24° aniversario nos encuentra convenientemente equipados con la última tecnología de punta, 3 softwares especializados, 6 talleres de aprendizaje entre los que contamos un aula gastronómica, restaurante, lavandería, panadería, aula suite, agencia de viajes y cocina.

✓ **Aula Hotel Suite 5 Estrellas**

La Universidad Ricardo Palma y su Consejo Universitario han tenido la feliz decisión de aprobar la remodelación del Aula Hotel Suite 5 Estrellas para la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía en un área de 60 m semejante a una suite del Sheraton de Buenos Aires.

✓ **Convenios y Movilidad Estudiantil**

La Universidad Ricardo Palma cuenta con diversidad de convenios con instituciones y/o empresas nacionales e internacionales; también cuenta con programas de movilidad estudiantil, que permite a nuestros estudiantes cursar asignaturas en una universidad del extranjero y viceversa.



AULA HOTEL SUITE 5 ESTRELLAS

Siguiendo el principio de
aprender haciendo.

TALLER AGENCIA DE VIAJES

Con situaciones reales de
programación, reservas,
paquetes y tarifas mediante
el software de última
generación AMADEUS.

amadeus

Certified





TALLER COCINA Y RESTAURANTE

Enseñamos a hacer negocios con la magia de la gastronomía peruana.

TALLER PANADERÍA PASTELERÍA

Preparamos a nuestros alumnos a preservar las dulces tradiciones de los manjares peruanos.





TALLER LAVANDERÍA

Se divide el trabajo en tareas desde la clasificación y secado de ropa, planchado, doblado, empaquetado y mucho más como en los grandes y medianos hoteles del mundo.

TALLER BAR Y COCTELERÍA

Aprende coctelería de nueva tendencia, cócteles ahumados, tiki, bitters, classic cocktails, y mucho más.



Formamos emprendedores que hacen negocios.
Aprendieron la gestión en nuestras aulas.
Aquí algunos de nuestros talentosos exalumnos:



Claudia Guerrero Céspedes
Gerente de Ventas de San Ignacio Extremo



César Rodríguez Vergaray
Consultor de empresas, especialista
en planificación y proyectos de turismo



Christian Eduardo Vásquez Lino
Emprendedor de gastronomía, maestro pizzero
artesanal y propietario de Papa's Pizzería



Ruth Flores Pariona
Gerente General de APU KUNTUR TRAVEL
Agente de Viajes de Ayacucho

CONOCE NUESTRO PLAN DE ESTUDIOS

<ul style="list-style-type: none"> Fundamentos de Turismo Taller Arte y Folclore Peruano Actividades Artísticas y Deportivas Taller de Métodos de Estudio Universitario 	<ul style="list-style-type: none"> Taller de Comunicación Oral y Escrita I Matemática Francés I 	<p>SEMESTRE I</p>	
		<p>SEMESTRE II</p>	<ul style="list-style-type: none"> Patrimonio Turístico Peruano Fundamentos de Gastronomía Psicología General Lógica y Filosofía
<ul style="list-style-type: none"> Destinos Turísticos del Mundo Taller Técnicas de Atención y Servicio Fundamentos de Hotelería 	<ul style="list-style-type: none"> Realidad Nacional Historia de la Civilización Francés III 	<p>SEMESTRE III</p>	<ul style="list-style-type: none"> Taller de Comunicación Oral y Escrita II Formación Histórica del Perú Francés II
		<p>SEMESTRE IV</p>	<ul style="list-style-type: none"> Conservación del Patrimonio Arqueología Peruana Taller: Técnicas de Cocina y Manipulación de Alimentos Francés IV
<ul style="list-style-type: none"> Producto Turístico Conducción de Grupos y Guiado Taller Cocina Peruana Francés V 	<ul style="list-style-type: none"> Taller: Alojamiento, Lavandería y Lencería Potencial Humano en Turismo Economía Aplicada al Turismo 	<p>SEMESTRE V</p>	<ul style="list-style-type: none"> Taller: Recepción y Reservas Administración de Empresas Turísticas Estadística Aplicada al Turismo
		<p>SEMESTRE VI</p>	<ul style="list-style-type: none"> Agencias de Viaje, Circuitos y Paquetes Turísticos Turismo de Naturaleza y de Aventura Taller Cocina Internacional Organización de Eventos
<ul style="list-style-type: none"> Transportes Turísticos Taller Panadería y Pastelería Logística Hotelera Investigación de Mercados Turísticos Inglés II 	<p>ELECTIVO 2</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Social en Turismo Relaciones Públicas e Imagen Corporativa Nutrición y Dietética 	<p>SEMESTRE VII</p>	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Turístico Inglés I ELECTIVO 1 Turismo Sostenible Ecoeficiencia Hotelera Ingeniería del Menú
		<p>SEMESTRE VIII</p>	<ul style="list-style-type: none"> Reservas Aéreas Teoría y Metodología de la Investigación Taller Bar y Coctelería Nacional e Internacional Prácticas Pre Profesionales
<ul style="list-style-type: none"> Planificación y Ordenamiento del Territorio Turístico Taller de Investigación Aplicada al Turismo I Legislación Turística, Laboral y Tributaria Taller Enología y Sommelier 	<ul style="list-style-type: none"> Arquitectura, Diseño y Equipamiento Hotelero Costos y Presupuestos en Turismo Inglés IV 	<p>SEMESTRE IX</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mantenimiento y Seguridad Hotelera Calidad de los Servicios Turísticos Inglés III
		<p>SEMESTRE X</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gerencia de Empresas Turísticas Taller de Investigación Aplicada al Turismo II Deontología Profesional y Competencias Personales Gerencia de Alimentos y Bebidas
			<ul style="list-style-type: none"> Gerencia de Establecimientos de Hospedaje Creación y Financiamiento de Negocios Turísticos Inglés V

¿POR QUÉ ESTUDIAR EN LA UNIVERSIDAD RICARDO PALMA?



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

LICENCIADA POR SUNEDU

BECAS DE ESTUDIOS Y DESCUENTOS

✓ A LOS HIJOS DE LOS MIEMBROS DE LA POLICÍA NACIONAL Y FUERZAS ARMADAS

Del total de cinco armadas por semestre académico pagan solo 3 mensualidades, por lo tanto, les corresponde 2/5 de beca de acuerdo al convenio establecido con la universidad.

✓ POR HIJO DE GRADUADO (PREGRADO)

La universidad otorga el beneficio de descuento en las pensiones mensuales a los alumnos cuyo padre o madre hayan estudiado en la URP hasta obtener el grado de bachiller o título. Este beneficio no es aplicable en ciclo de verano.

✓ POR PAGO ADELANTADO DE PENSIONES DEL SEMESTRE

Los alumnos que paguen el total de las pensiones de un semestre por adelantado, tendrán derecho a un descuento del 5% sobre el total de las pensiones (No incluye matrícula y otros). Este trámite no es aplicable a los alumnos que cuentan con descuentos y becas.

✓ LAS BECAS POR SITUACIÓN ECONÓMICA

Las determina la Oficina de Bienestar Universitario de acuerdo a la evaluación que realizan las asistentes sociales.

✓ POR RENDIMIENTO ACADÉMICO

Se brinda semestralmente. La beca que corresponde es la siguiente:

- 1er puesto 3/5 de beca
- 2do puesto 2/5 de beca y
- 3er puesto 1/5 de beca

✓ POR HERMANO (PREGRADO)

El primer hermano paga el 100% de la armada. La universidad otorga el beneficio de descuento de hermano en las pensiones mensuales a los hermanos que estén estudiando en la universidad. El cuarto hermano paga el 50% de la armada. El tercer hermano paga el 60% de la armada. El segundo hermano paga el 75% de la armada. Si uno de los hermanos deja de estudiar o egresa, el otro hermano matriculado no tendrá derecho al descuento.

EXAMEN GENERAL DE ADMISIÓN

11

Marzo 2022

Para egresados de
educación secundaria
e interesados en general



Gamille Odé Sánchez
Alumna del 5to. ciclo

Inscripciones: Desde el 14 de febrero al 08 de marzo 2022

Que nada te detenga **TÚ CARRERA**



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía



Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

La industria Turística, Hotelera y Gastronómica te espera para reconstruir la economía del Perú

Olas en Máncora © José Barragán / PROMPERÚ



Informes e Inscripciones

944483612

www.urp.edu.pe
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía URP:
www.bit.ly/3BWeibh



Central de Admisión

(0511) 708 0000

Anexos 0600 / 0601 / 0602 / 0603 /
0604 / 0605 / 0606 / 0607



TURISMO, HOTELERÍA GASTRONOMÍA



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA



Acreditada
internacionalmente por
IAC 
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad



Aula Suite. URP

El Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía está capacitado en el planeamiento y manejo racional de los recursos naturales y culturales. Diseña políticas y estrategias turísticas, asimismo está capacitado en la administración de agencias de viajes, establecimientos de hospedajes y restaurantes.

Su función principal es la operación, diseño e implementación eficiente de empresas de servicios con destinos turísticos.

CAMPO LABORAL

El profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía puede desempeñarse en:

- Dirigir el manejo adecuado de todos los servicios de excelencia que una empresa debe ofrecer al turista.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades estratégicas de las empresas del sector turismo, hotelero y gastronómico.
- Realizar consultorías especializadas en turismo, hotelería y gastronomía a empresas nacionales e internacionales así como al gobierno central y local.
- Diseñar campañas de publicidad y promoción turística.
- Realizar investigaciones de mercado y proyectos de inversión en la actividad turística, hotelera y gastronómica.
- Organizar, programar y dirigir itinerarios, paquetes y circuitos turísticos nacionales e internacionales.
- Liderar eficazmente empresas turísticas e influir en los sectores de la población para crear una conciencia turística nacional.



Grado académico: Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía.
Título Profesional: Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía
Duración: Diez semestres académicos - 5 años
Créditos : 200

esc-thyg@urp.edu.pe
Central telefónica: (0511)7080000
Anexo: 3222