



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA

**PROPUESTA DE REDISEÑO
CURRICULAR PARA LA CARRERA
TÉCNICA DE TURISMO EN UNA
ESCUELA DE EDUCACIÓN
SUPERIOR PÚBLICA EN LIMA,
BASADO EN LAS TENDENCIAS
EMERGENTES DEL PERFIL
PROFESIONAL DEL SECTOR
TURÍSTICO**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA
OPTAR EL GRADO DE MAESTRA EN
EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN
DOCENCIA E INVESTIGACIÓN EN
EDUCACIÓN SUPERIOR

ROSARIO CATHERINE FERNANDEZ TAPIA

LIMA- PERÚ

2025

ASESOR

Mg. Angelica Tapia Chavez

JURADO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

MG. MARIANELLA ZEÑA SENCIO

PRESIDENTE

DRA. LIDIA SERRANO MIRANDA DE AGUILAR

VOCAL

MG. LISSY CANAL ENRIQUEZ

SECRETARIO (A)

DEDICATORIA

A mi familia,
cuyo apoyo incondicional y sacrificio me permitieron dedicarme por
completo a esta maestría. Este logro es tan suyo como mío.
A ellos, dedico este esfuerzo.

AGRADECIMIENTO

Mi sincera gratitud a mi asesora, quien, con su guía, consejos y
observaciones no solo corrigieron el rumbo de este proyecto, sino que elevaron
significativamente la calidad de esta investigación.

Igualmente, extendiendo un especial reconocimiento a mis colegas del sector
turismo, quiénes con sus aportes técnicos y su generosidad al compartir su
conocimiento práctico del campo fueron cruciales para anclar este proyecto en la
realidad del sector.

Finalmente, en el plano más personal, agradecer a mi familia y amigos,
quienes han sido un pilar fundamental durante todo este proceso. Su apoyo,
paciencia y aliento constante me dieron la fuerza para perseverar y alcanzar esta
importante meta.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Trabajo de investigación autofinanciado.

DECLARACIÓN DE AUTOR			
FECHA	10	OCTUBRE	2025
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EGRESADO	ROSARIO CATHERINE FERNANDEZ TAPIA		
PROGRAMA DE POSGRADO	EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA E INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR		
AÑO DE INICIO DE LOS ESTUDIOS	2023		
TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE GRADO	“PROPUESTA DE REDISEÑO CURRICULAR PARA LA CARRERA TÉCNICA DE TURISMO EN UNA ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PÚBLICA EN LIMA, BASADO EN LAS TENDENCIAS EMERGENTES DEL PERFIL PROFESIONAL DEL SECTOR TURÍSTICO”		
MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO	Trabajo de Investigación		
Declaración del Autor El presente Trabajo de Grado es original y no es el resultado de un trabajo en colaboración con otros, excepto cuando así está citado explícitamente en el texto. No ha sido ni enviado ni sometido a evaluación para la obtención de otro grado o diploma que no sea el presente.			
Teléfono de contacto (fijo / móvil)	993107444		
E-mail	rosario.fernandezt@outlook.com		


 Firma del Egresado
 DNI 45792947

ÍNDICE

RESUMEN

ABSTRACT

I. 53

II. 57

III. 58

IV. 113

V. 116

VI. 116

VII. 1

RESUMEN

El presente trabajo de investigación propone el rediseño curricular de la carrera técnica de Administración Turística en una escuela de educación superior pública en Lima, con el propósito de responder a los nuevos desafíos del sector turístico peruano en un contexto global caracterizado por la digitalización, la sostenibilidad y la competitividad profesional. La investigación parte del reconocimiento de una brecha entre el currículo vigente, sustentado en el referente productivo CIU 79-2020, y las competencias emergentes que actualmente demanda el mercado laboral turístico, lo que limita la empleabilidad y pertinencia formativa de los egresados.

El objetivo general fue diseñar una propuesta de rediseño curricular centrada en la actualización del perfil de egreso y del plan de estudios, en concordancia con la Ley N.º 30512 y la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU, orientada a fortalecer la formación integral y la inserción laboral de los futuros profesionales técnicos. Se aplicó un enfoque mixto que combinó el análisis de 36 convocatorias laborales publicadas entre 2023 y 2025, la revisión normativa y la comparación con informes técnicos del MINCETUR, PROMPERÚ y el Observatorio Nacional de Prospectiva.

Los resultados revelaron que el 65 % de las ofertas laborales exige competencias en marketing digital, el 45 % en turismo sostenible y el 85 % dominio del inglés técnico, aspectos no desarrollados en el currículo actual.

En función de ello, se propuso un nuevo perfil de egreso que integra competencias técnicas, de empleabilidad y transversales, orientadas a la gestión de destinos sostenibles, la inteligencia turística, la innovación digital y el liderazgo ético.

De dicho perfil se derivó un plan de estudios modular con tres certificaciones progresivas, que fortalece la pertinencia institucional y la conexión con el sector productivo, contribuyendo al desarrollo de un turismo inclusivo, resiliente y sostenible alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030.

Palabras claves: Formación técnica, Rediseño curricular, competencias emergentes, Perfil de profesional en turismo, empleabilidad, plan de estudios

ABSTRACT

This research proposes the curricular redesign of the Technical Program in Tourism Management at a public higher education institution in Lima, aiming to respond to the new challenges of the Peruvian tourism sector within a global context characterized by digitalization, sustainability, and professional competitiveness. The study identifies a gap between the current curriculum—based on the productive benchmark CIU 79-2020—and the emerging competencies currently demanded by the tourism labor market, which limit graduates' employability and the educational relevance of their training.

The general objective was to design a curricular redesign proposal focused on updating the graduate profile and the study plan, in accordance with Law N° 30512 and Vice-Ministerial Resolution N° 049-2022-MINEDU, to strengthen comprehensive education and improve the employability of future technical professionals. A mixed-methods approach was employed, combining the analysis of 36 job postings published between 2023 and 2025, the review of current regulations, and the comparison with technical reports from MINCETUR, PROMPERÚ, and the National Foresight Observatory.

Results revealed that 65% of job offers required competencies in digital marketing, 45% in sustainable tourism, and 85% proficiency in technical English—areas not addressed in the current curriculum.

Consequently, a new graduate profile was proposed, integrating technical, employability, and cross-cutting competencies oriented toward sustainable destination management, tourism intelligence, digital innovation, and ethical leadership.

From this profile, a modular study plan was derived, structured into three progressive certifications, which strengthen institutional relevance and the connection with the productive sector. The proposal contributes to the development of a more inclusive, resilient, and sustainable tourism industry in Peru, aligned with the Sustainable Development Goals for 2030.

Keywords: Technical education, Curricular innovation, Emerging competencies, Tourism education, Professional profile in tourism, curriculum.

I. Introducción

El turismo, según la Organización mundial del turismo, es una actividad social, cultural y económica, que consiste en la movilización de personas de su lugar de residencia hacia otro, con motivo de ocio; el cual se constituye como un sector estratégico para el desarrollo socioeconómico y cultural a nivel global, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), el turismo aporta significativamente al Producto Bruto Interno (PBI) mundial, genera empleo y promueve el entendimiento intercultural. En el Perú, este sector ha mostrado un crecimiento sostenido en la última década: en 2019, contribuyó con el 3,9 % del PBI nacional y generó más de 600 000 empleos directos e indirectos (MINCETUR, 2021); sin embargo, la pandemia de la COVID-19 provocó una contracción sin precedentes, las llegadas internacionales cayeron en un 76 % en 2020 (Daries, Jaime & Bucaram, 2021), y el aporte del turismo al PBI se redujo a 1,5 % (MINCETUR, 2021).

En este contexto, la formación del capital humano en turismo requiere profesionales con competencias técnicas, digitales, sostenibles y de liderazgo intercultural. La ONU Turismo (2023) y la Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022) enfatizan que la competitividad del sector hacia 2030 dependerá de la capacidad de los países para formar profesionales capaces de gestionar destinos con enfoque territorial, utilizar herramientas digitales y promover modelos turísticos responsables.

Sin embargo, existe una brecha crítica entre la formación que ofrece el currículo vigente de la carrera técnica de Administración Turística en la institución objeto de estudio y las demandas reales del mercado laboral; la cual se origina en el referente productivo CIIU 79-2020, en que el currículo se sustenta, centrado en competencias operativas tradicionales —venta de paquetes, gestión de reservas y guiado básico—, sin integrar de manera sistemática competencias emergentes en sostenibilidad, marketing digital, inteligencia turística o liderazgo intercultural. Esta desconexión se evidencia en el análisis de 36 convocatorias laborales publicadas entre 2023 y 2025 por entidades como PROMPERÚ, MINCETUR y operadores privados revela en el que el 65 % exige competencias en marketing digital, el 45 % en turismo sostenible y el 85 % dominio de inglés técnico (Anexo B). Estas competencias son prácticamente ausentes en el perfil de egreso vigente.

Lo que ocasiona que, por un lado, se comprometa la empleabilidad de los egresados y por otro, se obstaculiza la capacidad del país para diversificar su oferta turística más allá de destinos masificados como Machu Picchu, limitando el potencial de desarrollo territorial en regiones emergentes (BID, 2021). Esta brecha no es únicamente académica, sino estratégica, pues contraviene los lineamientos de la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU, que exige alinear los programas formativos con las tendencias del sector productivo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.”

En este contexto, la formación del capital humano en turismo requiere profesionales con competencias técnicas, digitales, sostenibles y de liderazgo intercultural. La ONU Turismo (2023) y la Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022) enfatizan que la competitividad del sector hacia 2030 dependerá de la capacidad de los países para formar profesionales capaces de gestionar destinos con enfoque territorial, utilizar herramientas digitales y promover modelos turísticos responsables.

En el Perú, la Ley N.º 30512 y la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU exigen que los programas de educación técnica superior se alineen con las demandas del sector productivo mediante el desarrollo de competencias específicas y transversales (MINEDU, 2017; Congreso de la República del Perú, 2016). Sin embargo, el currículo vigente de la carrera técnica de Administración Turística de una institución pública de Lima se sustenta en el referente productivo CIIU 79-2020, centrado en competencias operativas tradicionales —venta de paquetes, gestión de reservas y guiado básico—, sin integrar de manera sistemática competencias emergentes en sostenibilidad, marketing digital, inteligencia turística o liderazgo intercultural. Evidenciando la existencia de brechas frente a la formación recibida y lo requerido en las convocatorias laborales analizadas, en el que se refleja que: el 65 % exige marketing digital, el 45 % turismo sostenible y el 85 % dominio de inglés técnico (Anexo B), competencias ausentes en el perfil de egreso actual. La desconexión que se muestra entre la formación académica y las demandas del sector no solo compromete la

empleabilidad de los egresados, sino que obstaculiza la capacidad del país para diversificar su oferta turística más allá de destinos masificados como Machu Picchu (BID, 2021).

Por lo que la pertinencia de esta investigación radica en su alineación con tres niveles estratégicos:

1. **Nivel nacional:** La nueva Ley General de Turismo (Ley N.º 32015, 2025) proyecta la formalización de 5 000 nuevos prestadores turísticos, la generación de 34 000 empleos y la atracción de más de 5 millones de visitantes anuales hacia 2030 (Observatorio Nacional de Prospectiva, 2025).

2. **Nivel sectorial:** El turismo receptivo ya supera en divisas los niveles prepandemia (+3 % respecto a 2019), lo que indica una clara evolución hacia un turismo de mayor valor económico (PROMPERÚ, 2025); exigiendo profesionales capacitados en gestión de experiencias, sostenibilidad y digitalización.

3. **Nivel institucional:** La institución objeto de estudio requiere actualizar su currículo para mantener su pertinencia y responder a los desafíos del mercado laboral actual, evitando la obsolescencia de su oferta formativa.

Ante esta brecha entre el perfil de egreso vigente y las competencias demandadas por el sector, surgen las siguientes interrogantes: ¿Qué competencias emergentes deben integrarse en el perfil de egreso —como eje articulador del currículo— y en el plan de estudios que de él se deriva,

para fortalecer la empleabilidad y competitividad de los egresados de la carrera técnica de Administración Turística en una institución pública de Lima, en el contexto actual del sector turístico peruano?

Ante este escenario, este trabajo de investigación propone un rediseño curricular centrado en la actualización del perfil de egreso, alineado con las tendencias globales, la normativa nacional y las demandas reales del mercado laboral, con el fin de formar profesionales capaces de impulsar un turismo sostenible, digital e inclusivo en el Perú.

II. Objetivos

Objetivo General

Proponer el rediseño curricular de la carrera técnica de Administración Turística de una institución de educación superior no universitaria, pública en Lima, centrado en la actualización del perfil de egreso y el plan de estudios, alineado a las tendencias emergentes del sector turismo en el Perú (2024-2025), con el propósito de fortalecer la empleabilidad, competitividad y capacidad de liderazgo sostenible de sus egresados.

Objetivos Específicos

-Identificar las brechas entre el referente productivo vigente (CIU 79-2020) y las competencias emergentes demandadas por el sector turístico en el Perú (2024-2025).

-Formular un perfil de egreso actualizado, basado en competencias técnicas, de empleabilidad y transversales (sostenibilidad, digitalización,

liderazgo), en coherencia con la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU.

-Diseñar un plan de estudios modular, coherente con el nuevo perfil de egreso y alineado con la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU.

III. Desarrollo del estudio

3.1 Marco teórico

En el Perú, la educación superior se encuentra en un proceso de modernización y adecuación a tendencias globales, orientado a un enfoque más pertinente, flexible y centrado en el desarrollo de competencias laborales, que buscan responder demandas reales del mercado laboral y de mejora de la calidad en la formación profesional, la cual está intrínsecamente ligada a las metas de desarrollo económico, lo que se puede evidenciar en el Plan Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP) 2019-2030 (Decreto Supremo N° 237-2019-EF), cuyo Objetivo Prioritario es "Fortalecer el capital humano" con énfasis en la mejora de la calidad de la educación superior y su alineación con las necesidades del mercado. Por lo tanto, el rediseño curricular no es sólo una exigencia sectorial (MINEDU), sino un imperativo estratégico nacional para el desarrollo económico del país.

En ese contexto, la educación técnica y tecnológica ha adquirido mayor visibilidad como alternativa formativa viable y necesaria para atender las demandas del mercado laboral en sectores estratégicos, y de esa forma ser

una puerta de entrada al mercado laboral de miles de jóvenes peruanos. Lejos de ser solo una alternativa académica menor, la formación técnica representa una oportunidad real de inserción laboral, siempre que los programas formativos existentes logren vincularse efectivamente con las necesidades del sector productivo.

Según Decreto Supremo N°010-2017-MINEDU (Reglamento de la Ley N.º 30512), la educación superior no universitaria, tiene como misión formar profesionales técnicos capaces de “desempeñarse eficazmente en su entorno laboral mediante el desarrollo de competencias específicas y transversales” (MINEDU, 2017), logrando un cambio en los modelos tradicionales basados principalmente en contenidos teóricos, sin aplicaciones prácticas. Instituciones técnico-productiva y escuelas de educación superior tienen como principal propósito el de formar un capital humano calificado para sectores estratégicos de la economía peruana, tales como el turismo, la minería, la agroindustria y los servicios; según el Proyecto Educativo Nacional al 2036, estas instituciones deben responder a necesidades locales y regionales, integrando formación práctica, innovación pedagógica y vinculación directa con el sector productivo al cual van enfocados.

3.1.1 Fundamento normativo y legal del currículo en educación superior técnico en el Perú

En el Perú, la educación técnica superior no solo se sustenta en principios pedagógicos, sino también dentro de un marco normativo regido y promovido por el Ministerio de Educación (MINEDU), quién define cómo debe realizarse el diseño, actualización y validación de los planes

curriculares. Este se rige bajo un marco normativo que busca garantizar la pertinencia, calidad y vinculación con el desarrollo del sector productivo nacional; en la Ley N.º 30512 (Congreso de la República del Perú, 2016) establece que las instituciones de educación superior técnico-productiva deben formar profesionales capaces de desempeñarse eficazmente en su entorno laboral mediante el desarrollo de competencias específicas y transversales, asegurando una inserción laboral eficiente y sostenible. Este enfoque se complementa con el Decreto Supremo N.º 010-2017-MINEDU (MINEDU, 2017), que reglamenta la ley y define la estructura curricular en tres componentes: general, técnico y práctico, este último con un mínimo del 30 % de horas destinadas a Experiencias Formativas en Situaciones Reales de Trabajo (EFERT).

La actualización más reciente de este marco se plasma en la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU (MINEDU, 2022), que introduce el Catálogo Nacional de Oferta Formativa (CENOF) como instrumento rector para el diseño y actualización de programas. En este documento, el perfil de egreso se constituye como el eje conductor del currículo, exigiendo que incluya: (a) unidades de competencia técnica, (b) indicadores de logro observables, (c) competencias de empleabilidad (como pensamiento crítico, trabajo en equipo y comunicación efectiva) y (d) EFERT articuladas a contextos laborales reales. Esta normativa no sólo define qué se debe enseñar, sino cómo debe estructurarse la formación para responder a las demandas del sector productivo y a los desafíos del desarrollo sostenible.

3.1.2 El currículo en educación superior: de la transmisión de contenidos al enfoque por competencias

El sistema educativo en el Perú ha evolucionado con el pasar de los años hacia un modelo más funcional, pertinente y orientado al desarrollo profesional, impulsando así un cambio en la concepción del currículo universitario y técnico. Este cambio se manifiesta en la adopción del enfoque por competencias, que prioriza no sólo lo que el estudiante sabe, sino también lo que es capaz de hacer con ese conocimiento en contextos reales. Según el Decreto Supremo N° 010-2017-MINEDU, que aprueba el reglamento de Ley N.º 30512, indica que la formación técnica debe responder a las necesidades del sector productivo mediante el desarrollo de competencias específicas y transversales, asegurando así una inserción laboral más eficiente y sostenible para los egresados.

En el ámbito de la educación superior, el currículo se reconoce como el instrumento clave que conecta las necesidades sociales, económicas y culturales con los contenidos educativos, el cual debe reflejar las demandas de la sociedad y adaptarse a las realidades de un contexto dinámico y los estándares de lo que los estudiantes deben saber y hacer al final de su formación; la UNESCO indica que el sistema de educación técnica debe fortalecer su vinculación con el sector productivo, promoviendo procesos de validación constante y ajustes curriculares.

Históricamente, los currículos en educación superior se sustentaron en un modelo enciclopedista centrado en la acumulación y transmisión de conocimientos disciplinarios (Yepes Ocampo, 2005; Leyva et al., 2018). Sin

embargo, este enfoque ha sido ampliamente criticado por su desconexión con los problemas reales del entorno y su incapacidad para formar profesionales capaces de transformar su contexto. Frente a ello, la Teoría Curricular Crítica de De Alba (1995) propone entender el currículo no como un instrumento neutral, sino como un espacio de disputa ideológica donde se negocian valores, poder y visiones de desarrollo.

Desde esta perspectiva, el rediseño curricular no es solo un ajuste técnico, sino una decisión ética y política.

Esta transformación se alinea con la transición descrita por Gibbons (1998) entre los Modos de producción del conocimiento: del Modo 1 (académico, disciplinario y cerrado) al Modo 2 (aplicado, transdisciplinario y contextualizado). En este nuevo paradigma, la formación técnica debe articular saberes académicos con desafíos sociales y productivos. La UNESCO (2024) refuerza esta visión al señalar que “las instituciones de formación técnica deben abandonar visiones exclusivamente mercadológicas y centrarse en modelos educativos que fomenten el desarrollo sostenible y la equidad social” (p. 12). Este imperativo ético exige que el currículo trascienda la operatividad para incorporar ejes como la sostenibilidad, la inclusión y la responsabilidad social.

Según lo que se indica en la Ley N°30520, Ley que regula los Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la Carrera Pública de sus Docentes (Congreso de la República del Perú, 2016), la programación curricular, la planificación de clases y las didácticas para el aprendizaje son responsabilidad de cada IES y EES, de acuerdo con las necesidades

nacionales y regionales, además de que en el diseño curricular también se debe considerar el perfil de egreso, las unidades de competencia, los planes de estudio, las actividades académicas y las prácticas profesionales como componentes esenciales de la formación integral de los estudiantes (MINEDU, 2017).

De acuerdo con lo que se indica en el Catálogo de la oferta formativa (CENOF), existen tres componentes clave para estructurar cualquier programa técnico: las Competencias técnicas (responden a habilidades propias a cada campo laboral), Competencias para la empleabilidad y las experiencias formativas en situaciones reales de trabajo (EFRERT), permiten a los estudiantes aplicar lo aprendido en contextos cercanos al mundo laboral. La Resolución Viceministerial N°049-2022-MINEDU define claramente los pasos que deben seguirse para diseñar o actualizar un programa académico, empezando por el análisis del referente productivo (revisión de las funciones y competencias requeridas en el sector económico correspondiente), definición de competencias laborales (selección de unidades de competencia según su nivel de responsabilidad y afinidad con el perfil formativo), diseño modular del plan de estudios (organización del programa en bloques temáticos, con horas y créditos definidos), validación externa (participación activa de empleadores, gremios y expertos del sector productivo), registro académico, en este último punto se realiza la formalización del programa en el CENOF (Catálogo Nacional de Oferta Formativa) y en el SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior); los cuales son clave para garantizar que cualquier

propuesta de rediseño curricular tenga una base metodológica sólida y respaldo institucional.

3.1.3 Enfoque por competencias: del desempeño técnico al desempeño complejo

El enfoque por competencias representa un giro pedagógico fundamental al centrarse no en lo que el estudiante sabe, sino en lo que es capaz de hacer con ese conocimiento en contextos reales. Le Boterf (1994) afirma que “la competencia solo existe en acto”, lo que implica que su desarrollo requiere situaciones auténticas de desempeño; en esta línea, Tobón (2007, 2017) propone un enfoque complejo, definiendo la competencia como un “proceso complejo de desempeño ante problemas con idoneidad y compromiso ético” (Tobón, 2017, p. 23). Este modelo supera la visión reduccionista de la competencia como habilidad técnica, integrando conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

En el sector turístico, esta evolución es particularmente relevante. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) identifica competencias emergentes —como la gestión de destinos sostenibles, el marketing digital, la inteligencia turística y el liderazgo intercultural— como claves para la competitividad del sector hacia 2030. Autores como Castillo-Palacio et al. (2020) enfatizan que estos aprendizajes deben ser significativos y contextualizados, trascendiendo la sola transmisión de contenidos para conectar al estudiante con problemas reales del sector desde el primer ciclo.

3.1.4 El perfil de egreso como eje del rediseño curricular

El perfil de egreso no es un listado de competencias aisladas, sino la declaración institucional del tipo de profesional que se desea formar. García Ancira y Treviño Cubero (2018) señalan que debe construirse mediante una validación constante con el sector productivo, asegurando que las competencias declaradas coincidan con las funciones reales del egresado; visión que es reforzada por López Rengifo (2023), quien sostiene que el perfil debe articular tres dimensiones: las demandas del entorno, la identidad institucional y los compromisos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

De acuerdo con lo que indica Tunnermann (2008), “nada refleja mejor la filosofía educativa de una institución que su currículo” (citado en Didriksson, 2008, p. 32); por ello, el perfil de egreso actúa como eje articulador que orienta el diseño del plan de estudios, las estrategias pedagógicas, los criterios de evaluación y las EFERT. Su construcción es, por tanto, condición necesaria para garantizar la pertinencia y calidad de la formación técnica.

3.1.5 Evolución histórica y contexto curricular de la carrera de turismo

El desarrollo del turismo en el Perú tiene raíces históricas que muestran su evolución como una actividad económica y cultural de gran relevancia. Según Armas (2018), el turismo en el Perú comenzó a consolidarse a lo largo del siglo XX, impulsado por iniciativas estatales y

privadas que buscaron posicionar al país como un destino atractivo para visitantes nacionales e internacionales.

Desde 1924, asociaciones civiles como el Touring Club Peruano promovieron un mejor conocimiento del país, fomentando el desarrollo de infraestructura vial necesaria para el turismo; paralelamente, los medios de comunicación desempeñaron un rol importante en la promoción y visibilidad de los atractivos del país (Armas, 2018); en este marco, la formación académica en turismo surgió como una necesidad estratégica para profesionalizar a los actores del sector.

La formación académica en turismo tiene sus raíces en la década de 1940, cuando se crearon las primeras instituciones especializadas, es en este año que se fundó la Escuela de Cicerones, seguida por la Escuela de Guías de Turismo en 1950. Ambas instituciones fueron precursoras en la profesionalización del sector; posteriormente, con el Decreto Ley N.º 14947, se estableció la Corporación de Turismo del Perú (COTURPERU), que integró y consolidó estas iniciativas. En 1965, se creó la Escuela Nacional de Turismo, marcando un hito en la enseñanza del sector al incluir programas de formación técnica orientados a la industria turística.

Con el tiempo, se evidenció la necesidad de un ente formador único que liderará la capacitación y profesionalización del capital humano en turismo. Así, surgió el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), cuyo rol ha sido clave en la articulación entre la educación técnica y las demandas del sector productivo. (CENFOTUR-Memoria-institucional, 2021).

En la actualidad, el Perú cuenta con una oferta educativa diversificada en turismo, diseñada con la finalidad de responder las demandas del mercado laboral y las exigencias de un entorno globalizado. La formación técnica se encuentra regulada por lineamientos pedagógicos y legales, definidos en el marco de la Ley N°30512 y la RV N°049-2022-MINEDU, que exigen currículos basados en competencias laborales y un vínculo directo con el mundo productivo.

La institución elegida para este estudio cuenta con 46 años en el sector de educación en turismo, destacándose como un actor clave en la formación y capacitación de profesionales en el Perú, fundada en 1978, la institución ha sido pionera en adaptar su oferta formativa a las demandas de un sector en constante evolución.

A lo largo de su trayectoria, se ha comprometido a elevar los estándares de calidad en la formación, impulsando valores como la sostenibilidad y la excelencia en el servicio turístico. Un hito importante en su historia fue la obtención de la certificación TEDQUAL en 2001, otorgada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), reconocimiento internacional que validó su enfoque pedagógico y su alineación a estándares globales de calidad en la formación turística.

En la actualidad, enfrenta nuevos retos derivados de la transformación del perfil profesional en turismo, especialmente en áreas como la digitalización, la experiencia del cliente virtual y la sostenibilidad. Esto se refleja en hallazgos del documento UNESCO (2024), en el que señala que “la vinculación entre los sistemas educativos y las necesidades

reales del mercado laboral sigue siendo débil, especialmente en la educación técnico-productiva”. Esta brecha es particularmente crítica en un contexto de recuperación postpandemia, donde el Observatorio Nacional de Prospectiva (2025) proyecta la formalización de 5,000 nuevos prestadores turísticos y la generación de 34,000 empleos, todos ellos demandando perfiles técnicos con capacidades estratégicas y transformadoras.

3.2 Tendencias globales, brecha y perfil profesional del turismo

El perfil del profesional en turismo ha evolucionado significativamente durante los últimos años, esto debido a factores como la digitalización del sector, creciente demanda por modelos de gestión sostenibles y la internacionalización de los mercados turísticos, es por ello que actualmente, se requiere de profesionales no solo con conocimientos técnicos tradicionales, sino también con habilidades digitales, sensibilidad ambiental y capacidad para trabajar en entornos multiculturales y dinámicos.

Según el informe “El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias” (OMT, 2020), las tendencias que están redefiniendo el perfil son en temas relacionados al turismo sostenible y responsabilidad social, en el que se busca que los nuevos profesionales deban ser capaces de diseñar e implementar modelos de gestión turística responsables desde el punto de vista ambiental y social. La digitalización del sector turístico, en este punto se requiere dominio de herramientas digitales, análisis de datos, inteligencia artificial aplicada al turismo y marketing digital; y el tema de adaptabilidad y habilidades blandas, ya que el turismo globalizado exige

flexibilidad, comunicación efectiva, liderazgo situacional y pensamiento crítico. Así mismo este documento establece que “Es necesario asegurar que los sistemas educativos y formativos respondan a las necesidades del mercado laboral, considerando la evolución constante del trabajo en el sector turístico.” (OMT, 2020)

Por otro lado, el estudio sobre "Planteamiento de las competencias profesionales en turismo desde la perspectiva de los egresados en México" (Rivas García et al., 2024) señala que las empresas turísticas valoran cada vez más perfiles profesionales que integren el pensamiento crítico y resolución de problemas, capacidad de adaptación a cambios constantes, uso avanzado de herramientas digitales, comunicación efectiva y bilingüismo, y sensibilidad intercultural y liderazgo situacional; lo que refuerza la idea de que el profesional en turismo ya no puede limitarse a funciones operativas tradicionales, sino que deba estar preparado para diseñar e implementar proyectos innovadores, gestionar destinos sostenibles y operar en plataformas digitales con criterios estratégicos.

La ONU Turismo (2023) promueve el turismo sostenible como eje central del desarrollo económico y social del sector, indicando que los nuevos profesionales deben ser agentes activos de cambio, capaces de impulsar modelos responsables y equitativos que beneficien tanto al entorno natural como a las comunidades receptoras de turismo. Asimismo, en el documento UNESCO (2024), titulado Revisión de la política de Educación y Formación Técnico-Productiva (EFTP) en el Perú, señala que, “Las instituciones de formación técnica deben abandonar visiones

exclusivamente mercadológicas y centrarse en modelos educativos que fomenten el desarrollo sostenible y la equidad social” (UNESCO,2024), lo que respalda que el currículo técnico en turismo debe incluir un enfoque transversal, con temas que aborden la gestión ambiental de destinos turísticos, el desarrollo comunitario y turismo rural, la ética profesional y responsabilidad social.

De acuerdo con el estudio "Competencias laborales en el sector turístico: un modelo de formación profesional" (Aldaz Hernández et al., 2023), uno de los principales desafíos del sistema educativo técnico es la integración de habilidades digitales en la formación académica, por lo que se indica que los egresados se enfrentan a dificultades para adaptarse a un sector cada vez más globalizado, tecnológico, demandando de profesionales con capacidades de adaptación e innovación. Lo que implica que el currículo debe integrar estas áreas de forma progresiva y contextualizada, asegurando que los estudiantes puedan desarrollar soluciones prácticas basadas en tecnologías actuales y en contextos laborales reales.

El informe de la OCDE (2023) coincide al señalar que, “Solo el 44% de los hogares peruanos cuenta con acceso a internet, lo cual limita el desarrollo de habilidades digitales en estudiantes de todos los niveles educativos”, lo que refuerza la importancia de compensar dicha brecha desde la educación, integrando metodologías activas y experiencias reales de trabajo (EFERT) que simulen entornos laborales auténticos.

Más allá de las tendencias globales ya señaladas, los Reportes Mensuales de Turismo (MINCETUR, 2025) muestran que, si bien Cusco,

Arequipa y Lima concentran el 60 % de las llegadas, destinos emergentes como Tumbes (+18 % interanual), Tacna (+12 %) y Amazonas (+9 %) experimentan un crecimiento sostenido, impulsado por el turismo de naturaleza, fronterizo y comunitario.

Paralelamente, el segmento de turismo de reuniones (MICE) ha crecido un 22 % en 2024, generando demanda de perfiles con competencias en gestión de eventos, logística y negociación B2B (MINCETUR, 2025). Este dinamismo territorial y segmentario contrasta con la estructura rígida del referente productivo CIU 79-2020, que no contempla estas nuevas realidades.

En este contexto, la Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022) y la Ley General de Turismo (2025) establecen metas ambiciosas: formalizar 5 000 nuevos prestadores, generar 34 000 empleos y atraer más de 5 millones de visitantes anuales hacia 2030 (Observatorio Nacional de Prospectiva, 2025). Alcanzar estos objetivos requiere un capital humano con competencias en sostenibilidad, digitalización y liderazgo intercultural, ausentes en el perfil de egreso vigente.

Un estudio publicado en la Revista Boletín REDIPE (Pin Figueroa, W. J. s. & Pin Figueroa, F. E., 2020), titulado "Innovación disruptiva en programas de turismo en instituciones de educación superior: caso San Andrés Islas", revela cómo las instituciones educativas de la isla, como el Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional (INFOTEP) y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), están implementando

transformaciones significativas en sus modelos formativos para alinearlos con las demandas del sector turístico, entre las que se destaca: la adopción de metodologías pedagógicas innovadoras (aprendizaje basado en experiencias, especialmente mediante el uso de realidad virtual) en INFOTEP, mientras el modelo del SENA, por su parte, se sustenta en la formación por competencias, integrando ambientes virtuales de aprendizaje que simulan contextos laborales auténticos. Paralelamente, se ha fortalecido el énfasis en prácticas profesionales y experiencias formativas en situaciones reales, así como un fuerte impulso hacia el emprendimiento turístico. Tanto INFOTEP como el SENA han incorporado módulos específicos o transversales enfocados en el desarrollo de ideas innovadoras, el diseño de nuevos modelos de negocio y la aplicación de tecnologías digitales.

Además, el benchmarking institucional realizado (Anexo E) revela la diferencia significativa que existe en la visión curricular que se tiene en otros países, mientras las instituciones nacionales aún forman ‘técnicos para ejecutar procesos’, las latinoamericanas (como el SENA en Colombia o Wiñay Marka en Bolivia) forman ‘líderes para transformar territorios’, con enfoques en sostenibilidad, emprendimiento y digitalización.

En el informe "El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias" (OMT, 2020), se identifica los perfiles profesionales y competencias que tendrán mayor demanda en los próximos años, de acuerdo con los resultados de una encuesta realizada a diversos actores del sector: los especialistas en tecnología digital y los profesionales enfocados en la

atención y servicio directo al cliente. Estos perfiles se consideran fundamentales para responder a la transformación acelerada del sector, impulsada por la digitalización, la automatización y la creciente exigencia de experiencias personalizadas.

En paralelo, el estudio destaca el rol central de las competencias blandas (soft skills), que son vistas como habilidades críticas y difíciles de automatizar, entre las más valoradas se encuentran el enfoque al cliente, la creatividad e innovación, así como la resolución de problemas, el pensamiento crítico, la inteligencia emocional y la flexibilidad cognitiva. Asimismo, el informe señala que las tecnologías emergentes más relevantes para incorporar en futuros programas de formación son el Big Data y la analítica de datos, junto con las tecnologías aplicadas al medio ambiente.

3.3 Antecedentes del rediseño curricular y tendencias educativas en turismo

A nivel internacional, se han desarrollado diversos procesos de rediseño curricular en programas de formación técnica y universitaria en turismo, orientados a mejorar la pertinencia formativa y su vinculación con el mercado laboral, estos casos han servido como referencia para entender cómo adaptar los currículos a las nuevas competencias profesionales, integrando estrategias pedagógicas innovadoras y metodologías activas que respondan a las demandas actuales del sector.

Un ejemplo destacado es el estudio de Copa (2020), en el que se analiza el rediseño curricular de la carrera de turismo en el Instituto Superior Tecnológico 'Wiñay Marka' (La Paz, Bolivia), el cual se orienta a mejorar

la inserción laboral de los egresados, ajustando el currículo a las demandas del mercado laboral. Este estudio se centra en alinear el plan de estudios a las necesidades reales del entorno productivo, especialmente en áreas como el emprendimiento local, la sostenibilidad y la gestión cultural, mostrando como resultados que el rediseño no solo mejoró la empleabilidad de los egresados, sino que también permitió una mayor conexión entre la institución educativa y el aspecto económico local.

Otro caso significativo es el estudio realizado por Esparza Huamanchumo et al. (2020), en el que se aborda la necesidad de desarrollar egresados capaces de contribuir al desarrollo sostenible en sus dimensiones económica, ambiental y social. A través de un diagnóstico profundo sobre los estudiantes de la carrera de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, los autores identificaron deficiencias significativas en el nivel de competencias adquiridas durante su formación académica, y revelaron que gran parte de los estudiantes se encuentran en etapas iniciales o de desarrollo en habilidades clave, como las interpersonales, la gestión de la información, la motivación por la calidad y la capacidad para resolver problemas; evidenciando una brecha entre lo que se enseña en aulas y lo que se demanda en el mercado laboral. Ante esta problemática, los investigadores proponen un modelo de disciplina integradora, que no se limite a una herramienta pedagógica, sino que represente un cambio fundamental en el diseño curricular en el que, desde el primer semestre, se conecte al estudiante con la realidad profesional mediante la resolución de problemas reales del sector

turístico, superando así la desconexión tradicional entre el aprendizaje teórico, práctico e investigativo.

Por otro lado, Castillo-Palacio et al. (2020) señalan que uno de los principales desafíos del rediseño curricular en turismo es integrar aprendizajes significativos que trasciendan la transmisión de conocimientos, centrándose en el desarrollo de habilidades transferibles, situacionales y demostrables, alineadas con las demandas de un sector en constante transformación (p. 265). Estos autores enfatizan que dicha integración debe equilibrar la formación teórica con la práctica, superando enfoques tradicionales que limitan la capacidad de los futuros profesionales para responder a contextos laborales dinámicos y complejos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) resalta al turismo como un motor de desarrollo socioeconómico, con énfasis en la sostenibilidad y la inclusión; en su agenda, recomienda programas educativos que promuevan competencias en prácticas sostenibles y la investigación aplicada, orientando a los profesionales hacia la innovación y la adaptabilidad; tendencias que son respaldadas por Mora Forero et al. (2020), quienes subrayan la necesidad de que los programas de turismo incorporen formación en marketing digital, análisis de datos y gestión de experiencias al identificar que el 78% de las empresas turísticas exigen estas competencias. Alineando a estas demandas, el rediseño curricular debe incorporar prácticas profesionales y proyectos colaborativos que conecten la formación académica con situaciones reales del sector. Según Jouault (2021), esto no solo incrementa la empleabilidad de los egresados, sino que

también fomenta una conciencia crítica sobre el impacto del como demuestra su experiencia con empresas sociales donde los estudiantes desarrollan proyectos de turismo sostenible en comunidades rurales (p. 751). Reforzando la idea de que el rediseño curricular debe ir más allá de ajustes superficiales, convirtiéndose en un proceso participativo, fundamentado en la retroalimentación constante del sector productivo y en el análisis de las nuevas realidades del mercado laboral. Tal como se menciona en el Documento UNESCO (2024), este tipo de transformaciones deben ser “Periódicas, participativas y articuladas con el desarrollo sostenible y la equidad social”.

Siendo fundamental identificar el desajuste entre las competencias existentes a lo largo de la cadena de valor del turismo, frente a las competencias emergentes relacionadas con las empresas, modelos de negocio y organizaciones; haciendo necesario asegurar que los sistemas educativos y formativos respondan a las necesidades del mercado laboral, considerando la evolución constante del trabajo en el sector turístico. Además, de mejorar la formación continua y el desarrollo de soft skills, (creatividad, innovación y empatía) y competencias tecnológicas fundamentales para el sector, como lo recomienda la UNESCO (2024) y Castillo-Palacio et al. (2020).

3.4 Diagnóstico: Análisis institucional y brecha curricular

3.4.1 Análisis del referente productivo vigente (CIU 79-2020)

El referente productivo CIU 79-2020, base del currículo vigente, se estructura en torno a cuatro procesos centrales: (1) gestión operativa de

servicios turísticos, (2) comercialización de productos turísticos, (3) prestación de servicios de guiado, y (4) coordinación logística. Cada proceso se desagrega en subprocesos técnicos, como “gestionar reservas”, “atender al cliente”, “elaborar itinerarios” o “coordinar traslados” (MINEDU, 2020).

Las unidades de competencia se formulan predominantemente con verbos de nivel operativo: *realizar*, *atender*, *coordinar*, *supervisar*. Los puestos laborales vinculados son roles de ejecución: guía oficial, trasladista, especialista en caminata, agente de reservas. No se incluyen puestos estratégicos como gestor de destinos sostenibles, analista de inteligencia turística o coordinador de turismo de reuniones.

Aunque el referente menciona de forma genérica la “elaboración de un plan estratégico de marketing”, no especifica el uso de herramientas digitales, análisis de datos, SEO/SEM, CRM o plataformas de gestión turística (PMS), competencias hoy indispensables en el sector (PROMPERÚ, 2025).

3.4.2 Análisis del perfil de egreso institucional vigente

De acuerdo con la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU, el perfil de egreso constituye la declaración institucional de las competencias que el estudiante debe demostrar en el campo laboral, y su formulación debe derivarse directamente del referente productivo. Este documento normativo establece que el perfil de egreso no es un constructo aislado, sino la traducción pedagógica de las funciones, procesos y competencias identificadas en el análisis funcional del sector productivo.

Por lo tanto, cualquier desalineación entre el referente productivo y el perfil de egreso compromete la pertinencia, la calidad y la empleabilidad de la formación técnica.

El perfil de egreso vigente de la carrera técnica de Administración Turística, tal como se describe en el Plan de Estudios 2024, es el siguiente:

“El egresado del Programa de estudios de Administración Turística en modalidad presencial tiene la capacidad de administrar los diferentes recursos que son necesarios para la gestión de una empresa prestadora de servicios turísticos, sean estas tour operadoras y/o agencias de viajes, considerando la correcta administración de los recursos financieros, los recursos humanos y la infraestructura, está capacitado para controlar la operación de los servicios programados, la gestión de ventas y garantizar la experiencia de su público objetivo. Así mismo, tiene la capacidad de analizar y evaluar las condiciones favorables para el diseño del producto turístico de una localidad determinada con base en los lineamientos nacionales e internacionales enfocados al desarrollo turístico, las condiciones de accesibilidad y el perfil del visitante. Lidera emprendimientos con base en la innovación y la sostenibilidad aprovechando las oportunidades que el mercado ofrece comunicándose coherentemente a todo nivel tanto en idioma natal e inglés con información pertinente, demostrando capacidad para resolver problemas de manera asertiva y con actitud resiliente y éticamente responsable.”

A primera vista, este perfil evoca un profesional transformador, al mencionar la sostenibilidad, la innovación, el liderazgo y la ética. Sin embargo, un análisis crítico revela tres brechas fundamentales:

- **Brecha normativa: incumplimiento parcial de la RVM N.º 049-2022-MINEDU:** La normativa exige que el perfil de egreso incluya indicadores de logro observables y evaluables para cada competencia (MINEDU, 2022, Anexo 8A), el cual no se ha detallado en la documentación que expone la institución, sobre su plan curricular; en cambio, el texto vigente, es genérico y narrativo: frases como “lidera emprendimientos con base en la innovación” o “garantiza la experiencia de su público objetivo” no especifican qué desempeño concreto debe demostrar el estudiante para acreditar dicha competencia. Además, no se articula explícitamente con las experiencias formativas en situaciones reales de trabajo (EFERT), a pesar de que estas representan el 9 % de la carga horaria del plan de estudios.

- **Brecha institucional: desalineación con el PEI y su Modelo Pedagógico:** El plan estratégico institucional 2024–2026 establece como meta “fortalecer la pertinencia de la formación técnica mediante la actualización curricular en función de las demandas del sector turístico”. Asimismo, su modelo pedagógico promueve una formación holística basada en los cuatro pilares de la educación (aprender a conocer, a ser, a convivir y a hacer) y en competencias para la empleabilidad. Sin embargo, el perfil vigente no refleja estos principios en competencias operativas: no se especifica cómo se desarrolla la “resiliencia”, el “liderazgo” o la

“comunicación en inglés”, ni se vinculan con estándares del mercado laboral (por ejemplo, el 85 % de las convocatorias exige inglés técnico, pero dentro del perfil se indica que el egresada estará en la capacidad de poder aplicar los recursos verbales y escritos usando expresiones básicas en lengua inglesa para resolver situaciones cotidianas).

- **Brecha sectorial: desconexión con las tendencias del mercado laboral:** El sector turístico peruano demanda hoy perfiles con competencias en marketing digital (65 % de convocatorias), turismo sostenible (45 %) y análisis de datos, según el Perfil del Turista Extranjero 2024 (PROMPERÚ, 2025) y los Reportes Mensuales de Turismo (MINCETUR, 2025). Los destinos emergentes (Tumbes +18 %, Tacna +12 %) y el turismo de reuniones (+22 %) exigen profesionales capaces de gestionar experiencias digitales, diseñar productos sostenibles y liderar proyectos comunitarios. El perfil vigente, aunque menciona la “sostenibilidad” y la “innovación”, no especifica competencias técnicas asociadas a estos ámbitos, lo que limita la empleabilidad de los egresados en roles estratégicos.

3.4.3 Análisis del plan de estudios vigente

El plan de estudios de la carrera técnica de Administración Turística está organizado en 6 ciclos, con una carga total de 131 créditos, y 3,024 horas, distribuidas en tres componentes curriculares: competencias técnicas (90 créditos), competencias para la empleabilidad (29 créditos) y Experiencias Formativas en Situaciones Reales de Trabajo – EFERT (12 créditos), estructura que cumple con la RVM N.º 049-2022-MINEDU, que

exige un mínimo de 120 créditos y 2,550 horas para el nivel Profesional Técnico.

Este establece tres certificaciones modulares, una por cada par de ciclos, en el que cada certificación responde a un bloque de competencias progresivas y se otorga al aprobar todos los cursos del módulo correspondiente:

a. Módulo I: Gestión de la Información Turística (Ciclos I–II), de acuerdo a lo que se describe en el documento curricular de la institución, este módulo certifica que el alumno pueda “*Gestionar la información, desde su obtención hasta su disposición final; realizando de manera eficiente la promoción turística de recursos, atractivos, productos y destinos*”, sin embargo, en la literatura técnica, la gestión de la información se refiere al ciclo de datos que inicia en la recolección, y continúa con el procesamiento, análisis, almacenamiento y difusión (OMT, 2020). Esta incluye herramientas como Sistemas de Información Turística (SIT), big data, business intelligence y análisis de flujos turísticos. Sin embargo, la definición institucional confunde “gestión de información” con “promoción turística”, confusión que se refleja en los cursos del módulo, que incluyen ‘Comunicación y Búsqueda de Información’ y ‘Patrimonio Cultural y Natural’, pero omiten asignaturas en inteligencia turística, análisis de datos o sistemas de información geográfica (SIG) aplicados al turismo.”

Por otro lado, se identifica que, en el Módulo I, no se incluye formación en inteligencia turística ni análisis de datos, esenciales para

gestionar información en la era digital, gestión de la información turística, los cursos se centran en competencias básicas como *Comunicación y Búsqueda de Información, Matemática Aplicada y Fundamentos de Turismo*, sin abordar herramientas de inteligencia turística, análisis de datos o gestión de sistemas de información turística (SIT)

b. Módulo II: Comercialización Turística (Ciclos III–IV), tiene como propósito, de acuerdo con lo que se indica en el documento curricular de la institución, certificar competencias que permitan al estudiante *“Diseñar estrategias de marketing enfocado a la generación de experiencias... que puedan integrarse con éxito en las redes de comercialización y distribución.”*

En este módulo está bien denominado y conceptualizado la certificación en comercialización turística, ya que según la OMT (2020) y MINCETUR (2022), esto incluye:

- Diseño de estrategias de marketing,
- Gestión de canales de distribución (OTAs, redes sociales, agencias),
- Creación de experiencias personalizadas,
- Uso de herramientas digitales (CRM, SEO, analytics).

Los cursos del módulo (Marketing Turístico, GDS, Customer Experience, Análisis de Datos) sí responden a esta definición, aunque podrían reforzarse con más profundidad en marketing digital avanzado.

Aunque presenta una coherencia conceptual sólida con las definiciones internacionales (OMT, 2020), su enfoque en la generación de

experiencias y la integración en redes de distribución responde a las demandas actuales del sector. No obstante, los cursos, aunque pertinentes, carecen de profundidad en competencias digitales avanzadas, como el uso de CRM, SEO/SEM, gestión de redes sociales y automatización de marketing o análisis predictivo, competencias demandadas por el 65 % de las convocatorias laborales (Anexo B).”

c. Módulo III: Gestión de Negocios y Destinos Turísticos (Ciclos V–VI), en este módulo se pretende certificar competencias que puedan adquirir los estudiantes para “*Gestionar negocios y destinos turísticos con un enfoque estratégico y criterios de sostenibilidad... que permita una mayor competitividad turística.*”, de acuerdo con lo que se indica en el documento curricular.

La gestión de destinos turísticos es un concepto bien establecido en la literatura (UNWTO, 2021; MINCETUR, 2022) y se refiere a la gobernanza, planificación estratégica, sostenibilidad y resiliencia de un destino, en el que se abordan temas como:

- Gobernanza territorial
- Planificación participativa
- Economía circular
- Resiliencia climática
- Inclusión comunitaria

La definición tomada por la institución evoca un enfoque estratégico y sostenible, alineado con la política turística nacional (MINCETUR, 2022); sin embargo, su definición omite la dimensión de gobernanza territorial y

desarrollo comunitario, ejes centrales en la gestión de destinos contemporáneos (OMT, 2021). Los cursos del módulo, como ‘Ética y Sostenibilidad Empresarial’ e ‘Innovación y desarrollo de proyectos’, abordan aspectos parciales, pero no integran competencias en gobernanza, economía circular o resiliencia climática, necesarias para gestionar destinos en el contexto postpandemia.

Aunque las denominaciones sugieren una alineación con las tendencias contemporáneas del sector, como la gestión de información, la comercialización y la gobernanza de destinos, muestran una falta de coherencia —interna entre la denominación de la certificación, los cursos que la componen y el perfil de egreso declarado— limitando la pertinencia del plan de estudios y justificando su rediseño integral.

Además, las EFERT, distribuidas en los ciclos II, IV y VI (con un total de 384 horas), se describen como “*experiencias prácticas en gestión operativa turística*”, pero no se vinculan explícitamente con problemas reales del sector, como el diseño de productos sostenibles, la gestión de turismo de reuniones o la digitalización de PYMES turísticas; tampoco muestran una articulación con los nombres de los módulos ni con las competencias emergentes que estos evocan.

3.4.4 Perfil profesional demandado por el sector productivo (2024–2025)

El sector turístico peruano demanda perfiles con competencias emergentes, alineadas con las tendencias globales y las políticas públicas nacionales, según el perfil del turista extranjero 2024 (PROMPERÚ, 2025),

el 98 % de los visitantes realizó actividades culturales, el 67 % participó en turismo de naturaleza y el 61 % en aventura. Asimismo, el 96 % adquirió servicios turísticos en línea, utilizando principalmente Instagram (66 %) y TikTok (24 %) como fuentes de inspiración y de toma de decisión.

Los reportes mensuales de turismo (MINCETUR, 2025) evidencian una recuperación en destinos como Tumbes (+18 % interanual), Tacna (+12 %) y Amazonas (+9 %) mostrando un crecimiento sostenido, impulsado por el turismo de naturaleza, fronterizo y comunitario. Paralelamente, el segmento de turismo de reuniones (MICE- Meetings, incentives, conferences and exhibitions) creció un 22 % en 2024, lo que exige perfiles de profesionales con competencias en gestión de eventos, logística y negociación B2B.

Esta demanda también se ve reflejada en las convocatorias laborales analizadas (Anexo B):

- 65 % exige marketing digital,
- 45 % turismo sostenible,
- 85 % dominio de inglés técnico.

Además, la Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022) y la Ley General de Turismo (2025) proyectan la formalización de 5 000 nuevos prestadores, la generación de 34 000 empleos y la atracción de más de 5 millones de visitantes anuales hacia 2030 (Observatorio Nacional de Prospectiva, 2025).

3.4.5 Brecha curricular identificada

La comparación entre el perfil de egreso y plan de estudios vigente, frente a las demandas del sector turístico peruano revela una brecha crítica en tres dimensiones fundamentales en: tecnología, sostenibilidad y estrategia.

Brecha que no solo compromete la empleabilidad de los egresados, sino que también obstaculiza la capacidad del país para diversificar su oferta turística más allá de destinos masificados como Machu Picchu (BID, 2021).:

Dimensión	Currículo institucional vigente	Demanda del sector (2024–2025)	Consecuencia
Tecnológica	Uso básico de sistemas de reservas y marketing digital, sin análisis de datos	65 % de convocatorias laborales exigen marketing digital, manejo de redes sociales (Instagram 66 %, TikTok 24 %), big data y CRM (PROMPERÚ, 2025; Anexo B), big data, IA aplicada.	Limita la competitividad en canales online, capacidad de análisis de mercado y de diseñar estrategias basadas en comportamiento del consumidor.
Sostenible	Superficial, no se integra como eje transversal	45 % de convocatorias exigen turismo sostenible; la Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022) y la Ley General de Turismo (2025) priorizan modelos con enfoque en ODS, economía circular y desarrollo comunitario (Observatorio Nacional de Prospectiva, 2025).	Impide la diversificación de la oferta hacia destinos emergentes (Tumbes +18 %, Tacna +12 %) y limita la inserción en segmentos de alto valor como el turismo comunitario (20 % de turistas, PTE 2024).

Estratégica	Enfoque operativo: control de ventas, gestión de traslados, supervisión de tours.	Demanda de perfiles con pensamiento crítico, liderazgo intercultural, diseño de experiencias y gestión de turismo de reuniones (+22 % en 2024, MINCETUR, 2025).	Reduce la capacidad de innovación y de gestión de proyectos turísticos integrales
--------------------	---	---	---

Esta brecha no solo compromete la empleabilidad de los egresados, sino que obstaculiza el desarrollo de un turismo inclusivo, resiliente y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La desconexión entre la formación académica y las demandas del sector justifica plenamente la propuesta de rediseño curricular centrada en un nuevo perfil de egreso y un plan de estudios modular.

3.5 Metodología del Rediseño Curricular y Fases de la Propuesta

La metodología del presente trabajo de investigación se desarrolla teniendo como base el ciclo del Catálogo Nacional de Oferta Formativa (CNOF) establecido en la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU, que exige un proceso estructurado, participativo y técnico para el rediseño curricular; el cual comprende la elaboración de un análisis y actualización del referente productivo, actualización del perfil de egreso y actualización del programa de estudios. El enfoque metodológico adoptado es cualitativo, descriptivo y propositivo, centrado en la innovación curricular del programa de Administración Turística de una institución educativa superior no universitaria pública.

En el marco de la RVM N°049-2022-MINEDU, el rediseño curricular de un programa técnico comprende dos componentes

inseparables: la actualización del perfil de egreso (qué formar) y el diseño modular del plan de estudios (cómo formar). Por tanto, la propuesta presentada aborda ambos niveles de manera integrada, tal como exige la normativa vigente.

El proceso de rediseño curricular se ha concebido como un proceso cíclico y sistémico de innovación y mejora continua, fundamentado en el enfoque de competencias (Tobón, 2007) y se adhiere a la necesidad de vincular la formación técnica con el análisis funcional del referente productivo (Catalano, Avolio de Cols y Sladogna, 2004).

La propuesta se estructura en cuatro fases, alineadas con el ciclo del Catálogo Nacional de Oferta Formativa (CENOF) establecido en la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU. Este enfoque garantiza rigor técnico, pertinencia sectorial y viabilidad institucional. Las fases son las siguientes:

Fase 1: Análisis del referente productivo y diagnóstico de brechas

Se realizó un análisis funcional del referente productivo CIIU 79-2020 y se contrastó con las competencias emergentes demandadas por el sector (PROMPERÚ, 2025; Observatorio Nacional de Prospectiva, 2025), identificando brechas críticas en sostenibilidad, digitalización y liderazgo intercultural.

Fase 2: Construcción del perfil de egreso actualizado

Se propuso un nuevo perfil de egreso, fundamentado en competencias técnicas, de empleabilidad y transversales, en coherencia con la RVM N.º 049-2022-MINEDU y los lineamientos de la OMT (2020).

Fase 3: Diseño del plan de estudios modular

A partir del perfil de egreso, se diseñó un plan de estudios modular, progresivo y flexible, que mantiene la carga horaria y los créditos vigentes, pero reorienta los contenidos hacia competencias emergentes.

Fase 4: Validación de la propuesta

La propuesta ha sido validada en congruencia, con el análisis de convocatorias laborales (Anexo B) y su alineación con los informes técnicos del MINCETUR, PROMPERÚ y el Observatorio Nacional de Prospectiva (2025), asegurando su pertinencia y factibilidad.

Este proceso cíclico, fundamentado también en el enfoque de competencias (Tobón, 2007) y el análisis funcional (Catalano, Avolio de Cols & Sladogna, 2004), garantiza que el rediseño curricular sea una intervención técnica, estratégica y alineada con las demandas del sector turístico peruano. Estas fases se alinean con el ciclo del Catálogo Nacional de Oferta Formativa (CENOF) establecido en la RVM N°049-2022-MINEDU, que exige un proceso estructurado de análisis del referente

productivo, definición de competencias, diseño modular y validación externa.

3.5.2 Descripción del Análisis Funcional como Sustento

La Fase 1 utiliza el Análisis Funcional (AF) como el mecanismo técnico para vincular la educación superior con el sector productivo. El AF es un proceso lógico y deductivo que parte del propósito clave del rol laboral para desagregar las funciones hasta identificar las unidades y elementos de competencia (Catalano, Avolio de Cols y Sladogna, 2004), esto dentro del marco normativo se verá reflejado en el Referente productivo.

1. **Definición del propósito:** Se establece la razón de ser del profesional técnico en turismo en el contexto actual, enfocada en la gestión sostenible y la innovación (aspectos claves identificadas en el estudio).

2. **Identificación de funciones críticas:** El proceso descendente del AF (análisis funcional) determina las funciones que debe realizar el egresado con idoneidad, lo cual constituye el insumo directo para la formulación de las competencias específicas en la Fase 2, asegurando que el diseño curricular esté directamente anclado en la demanda laboral real.

3.5 Propuesta de rediseño curricular centrada en el perfil de egreso como eje para la actualización del plan de estudios

De acuerdo con la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU, el rediseño curricular de un programa técnico comprende dos componentes inseparables:

- La actualización del perfil de egreso (qué formar) y
- El diseño modular del plan de estudios (cómo formar).

Este proceso debe iniciar con la elaboración o actualización del referente productivo, que constituye la base técnica y normativa del rediseño; a partir de este, se construye el perfil de egreso (seleccionando las competencias que se adecuan a la formación que pretende brindar la institución), y finalmente se diseña el plan de estudios, asegurando coherencia (MINEDU, 2022, Anexos A, 8A y 9A).

La presente propuesta sigue este orden normativo, y se fundamenta en el enfoque complejo de las competencias (Tobón, 2007, 2017), que exige que las competencias se formulen como “procesos complejos de desempeño ante problemas con idoneidad y compromiso ético”.

3.6.1 Propuesta del referente productivo

El nuevo referente productivo se elaboró mediante un análisis funcional del sector turístico peruano (2024–2025), en coherencia con la metodología propuesta por Catalano, Avolio de Cols y Sladogna (2004) y con los lineamientos del Anexo B de la RVM N.º 049-2022-MINEDU. Este análisis permitió identificar procesos estratégicos emergentes ausentes en el CIIU 79-2020, tales como:

- Diseño de productos turísticos sostenibles,
- Gestión de la experiencia del cliente en entornos multicanal,
- Inteligencia turística y análisis de datos,
- Liderazgo de proyectos comunitarios.

En respuesta a este desfase se propone la actualización del referente productivo, alineado a tendencias globales, los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y el marco normativo nacional (Ley N°30512 y RV

N°049-2022-MINEDU) que exigen una formación técnica pertinente, flexible y orientada al desarrollo productivo local y nacional.

A partir de estos procesos, se definieron unidades de competencia utilizando verbos de nivel 3 (gestionar, supervisar, coordinar, implementar), tal como exige la normativa (MINEDU, 2022, Anexo B). la propuesta de referente no solo responde a las tendencias globales (OMT, 2020), sino también a las demandas reales del sector peruano, evidenciadas en las convocatorias laborales (Anexo B) y en los informes de PROMPERÚ (2025) y el observatorio nacional de prospectiva (2025).

Esta actualización incorpora, de manera estructurada, procesos productivos estratégicos —como el diseño de experiencias sostenibles, la gestión multicanal del cliente y la formulación de proyectos turísticos con un enfoque inclusivo—, así como competencias técnicas y transversales emergentes, entre ellas: análisis de datos turísticos, uso de plataformas digitales y emprendimiento con impacto y responsabilidad social. Asimismo, se fortalece el enfoque de sostenibilidad ambiental, cultural y social en todos los procesos, promoviendo una formación ética, crítica y comprometida con el desarrollo territorial.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo que sintetiza las principales innovaciones de la propuesta frente al referente vigente, destacando los avances en pertinencia, modernidad y articulación con el entorno productivo.

Tabla 3

Comparativo entre los referentes productivos vigente (2020) y el propuesto

Criterio	Referente productivo vigente	Propuesta Referente productivo	Justificación de actualización
Propósito principal	Brindar servicios de viaje teniendo en cuenta los requerimientos del visitante (turista o excursionista), la identidad del negocio, las políticas de la empresa y la normativa vigente.	Gestionar servicios turísticos sostenibles, inclusivos e innovadores, alineados con las demandas del mercado, el desarrollo de las comunidades receptoras y los estándares de calidad y responsabilidad social y ambiental	Responde a la transformación del sector hacia modelos responsables, tecnológicos y centrados en la experiencia.
Unidades de competencia destacadas	- Gestionar reservas - Supervisar operaciones - Atención al cliente - Comercialización tradicional	- Diseñar productos turísticos sostenibles e inclusivos - Gestionar la experiencia del cliente en entornos multicanal - Formular proyectos turísticos con impacto social y ambiental - Administrar canales de distribución digital (OTAs, redes sociales, web)	Incorpora procesos emergentes demandados por el mercado: turismo experiencial, comercio electrónico y gestión de proyectos con enfoque ODS.
Competencias transversales	- Comunicación efectiva - Trabajo en equipo - Orientación al cliente	- Liderazgo ético y sostenible - Adaptabilidad al cambio - Pensamiento crítico y sistémico - Responsabilidad social y comunitaria - Emprendimiento con impacto	Desarrolla perfiles profesionales integrales, capaces de liderar cambios en comunidades y empresas turísticas.
Enfoques transversales	Ausentes o mínimos	-Sostenibilidad ambiental y cultural (ODS) - Equidad e inclusión (ODS) - Ética profesional y gobernanza turística	Alinea la formación con los ODS, la política nacional (PEN 2036) y las recomendaciones de la UNESCO

		- Digitalización e innovación	(2024) sobre Educación en formación técnico profesional sostenible.
Tecnología e innovación	Uso básico de herramientas ofimáticas y sistemas de reservas.	- Aplicación de inteligencia artificial en atención al cliente (chatbots) - Marketing digital y posicionamiento web (SEO/SEM) - Plataformas de gestión.	Prepara a los egresados para entornos turísticos híbridos y digitalizados, clave en la nueva economía del turismo.

Nota. Elaboración propia, basada en el análisis del referente productivo vigente y la propuesta de referente productivo 2025 (Anexo C).

A partir de este nuevo Referente productivo, se inicia el rediseño curricular, con la selección de las unidades de competencia necesarias, alineadas al marco institucional del programa de Administración Turística, cuyo objetivo principal es la elaboración de los indicadores de logro (Anexo D), que permiten la reformulación del perfil de egreso que se presenta en el siguiente apartado y en el que se ha considerado también la reformulación de sus certificados modulares.

3.6.2 Perfil de Egreso Propuesto

El Perfil de Egreso es la declaración institucional que define los conocimientos, habilidades, actitudes y valores, que mostrará mediante su desempeño el futuro profesional Técnico en Administración Turística. Su construcción se guió considerando los criterios establecidos en la resolución viceministerial N.º 049-2022-MINEDU (Anexo 8A) y por los fundamentos del enfoque complejo de las competencias (Tobón, 2007, 2017), que exige

que las competencias se formulen como “procesos complejos de desempeño ante problemas con idoneidad y compromiso ético”.

Complementariamente, se consideró la propuesta de López Rengifo (2023), quien sostiene que el perfil debe articular tres dimensiones:

- Las demandas del entorno (sector productivo, políticas públicas),
- La identidad institucional (PEI 2024–2026, Modelo Pedagógico CENFOTUR),
- Los compromisos con el desarrollo sostenible (ODS, Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo).

En coherencia con estos lineamientos, el perfil de egreso propuesto integra:

- Propósito: Formar un Técnico en Administración Turística capaz de liderar procesos de transformación en turismo sostenible, digital e inclusivo.
- Unidades de competencia técnica: Gestión de destinos sostenibles, inteligencia turística, comercialización digital, liderazgo intercultural.
- Indicadores de logro: Desempeños observables y evaluables (Anexo D), formulados con base en la metodología de Tobón (2017).
- Competencias de empleabilidad: Pensamiento crítico, comunicación efectiva, trabajo en equipo, resiliencia.

- Ámbitos de desempeño: Agencias de viaje, tour operadoras, destinos emergentes (Tumbes, Tacna, Amazonas), turismo de reuniones, emprendimientos.
- EFERT: Articuladas en los ciclos II, IV y VI, vinculadas a problemas reales del sector (diseño de productos sostenibles, gestión de turismo de reuniones, digitalización de PYMES).
- Las competencias emergentes se seleccionaron con base en tres criterios técnicos:
 - Tendencias globales: Recomendaciones de la OMT (2020) y UNESCO (2024) sobre sostenibilidad, digitalización y ética.
 - Demanda laboral real: Análisis de 36 convocatorias (2023–2025) (Anexo B), donde el 65 % exige marketing digital y el 45 % turismo sostenible.
 - Normativa nacional: Alineación con la RVM N.º 049-2022-MINEDU y el CENOF.

Lo que asegura que el perfil propuesto sea normativamente válido, funcionalmente pertinente y coherente con las certificaciones modulares propuestas:

- Módulo I: Diseño y gestión de destinos turísticos sostenibles,
- Módulo II: Comercialización turística,
- Módulo III: Gestión de negocios y proyectos turísticos

Estructura que asegura que el perfil sea normativamente válido y funcionalmente pertinente, por lo que, a continuación, se presenta la tabla detallada del Perfil de Egreso propuesto, donde se desglosan las

competencias basadas en las unidades de competencia e indicadores de logro (Anexo D).

Tabla 4

Perfil de egreso propuesto para el programa de Administración turística

	Detalle
Programa de estudios	Administración turística
Nivel formativo	Profesional técnico
Periodos académicos	6 periodos académicos
Certificaciones modulares	Módulo I: Diseño y gestión de destinos turísticos sostenibles Módulo II: Comercialización turística Módulo III: Gestión de negocios y proyectos turísticos
Descripción del perfil de egreso:	El egresado del programa de Administración Turística es un profesional técnico altamente competente, ético y comprometido con el desarrollo sostenible del turismo en el Perú, capacitado para procesos de servicios turísticos sostenibles, inclusivos e innovadores, con un enfoque estratégico y humano que prioriza la experiencia del cliente, la responsabilidad social y la conservación del patrimonio natural y cultural. Integra herramientas digitales avanzadas, plataformas de distribución online y análisis de datos en la optimización de la operación turística y tomar decisiones informadas
Competencias específicas:	- Proponer propuestas de productos turísticos sostenibles e inclusivos, alineados a la oferta local, la demanda del mercado y la identidad del destino. - Operar sistemas GDS para la emisión, modificación y cancelación de reservas de servicios turísticos, asegurando precisión y trazabilidad. - Interactuar de forma oral y escrita en español e inglés, empleando terminología técnica del sector turístico, para atender, negociar y resolver requerimientos de clientes y aliados internacionales, en contextos multiculturales. - Aplicar protocolos y normativa nacional/ internacional de seguridad para el desarrollo del

	servicio turístico, de acuerdo con posibles riesgos naturales, humanos y sanitarios - Formular el plan de comercialización de acuerdo con objetivos, estrategias y tácticas alineadas con la identidad del negocio. - Supervisar la operación de servicios turísticos, asegurando el cumplimiento de protocolos de calidad, seguridad y sostenibilidad - Gestionar la experiencia del cliente en entornos multicanal, garantizando usabilidad, accesibilidad y satisfacción. - Formular proyectos turísticos sostenibles e inclusivos, estableciendo objetivos, cronograma, presupuesto y alineación con la identidad del territorio.
Competencias para la empleabilidad:	- Gestionar los procesos de comunicación en entornos turísticos multicanal y multiculturales, asegurando la transmisión clara, asertiva y empática de ideas y soluciones, adaptando el mensaje al perfil del cliente y a los estándares de servicio de la organización. - Liderar equipos de trabajo multidisciplinarios con un enfoque colaborativo y ético para el logro de los objetivos del negocio, asumiendo la responsabilidad de coordinar y supervisar tareas y procesos turísticos con un alto estándar de calidad - Resolver problemas del entorno operativo y de gestión turística, a través del análisis de datos, la evaluación de alternativas y la toma de decisiones técnicas fundamentadas en las tendencias del mercado y los principios de sostenibilidad. - Proponer mejoras continuas que aporten valor al cliente y competitividad a la organización mediante la innovación en productos, servicios y procesos turísticos. - Actuar con integridad, liderazgo ético y responsabilidad profesional, comprometiéndose con el desarrollo sostenible de las comunidades receptoras y el respeto irrestricto al patrimonio cultural y natural.
Competencias de Investigación e Innovación:	- Implementa proyectos turísticos innovadores con enfoque sostenible e inclusivo, considerando las

	necesidades del territorio, la participación comunitaria y los principios de desarrollo local. - Aplica tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. - Evalúa el impacto social, ambiental y económico de los servicios turísticos, asegurando que sus propuestas generen valor para las comunidades receptoras y el entorno natural. - Diseña e implementa soluciones innovadoras a problemas reales del sector turístico, utilizando metodologías de investigación aplicada, análisis de datos y colaboración con actores del ecosistema turístico
Ámbitos de desempeño:	El egresado podrá desempeñarse en los siguientes campos laborales, ejerciendo roles técnicos con autonomía y responsabilidad: - Diseño y desarrollo de productos turísticos sostenibles e innovadores, en agencias de viajes, operadores turísticos y consultoras especializadas. - Comercialización, promoción y gestión de ingresos en entornos digitales, en plataformas de reservas, agencias con presencia online y departamentos de marketing turístico. - Gestión de la experiencia del cliente, en servicios de atención multicanal, coordinación de tours y supervisión de servicios turísticos. - Operación turística sostenible y responsable, en destinos turísticos, cooperativas comunitarias y empresas con enfoque en turismo regenerativo. - Liderazgo de proyectos turísticos y emprendimientos, en iniciativas de innovación, startups turísticas y programas de desarrollo local.

Nota. Este perfil de egreso se fundamenta en las unidades de competencia e indicadores de logro detallados en el Anexo D.

El perfil de egreso propuesto cumple con los elementos exigidos por la RVM N.º 049-2022-MINEDU: propósito, unidades de competencia,

indicadores de logro, competencias de empleabilidad, ámbitos de desempeño y EFERT.

3.6.3 Propuesta de plan de estudios

El plan de estudios propuesto se diseñó a partir del perfil de egreso, siguiendo el principio de alineamiento vertical exigido por la RVM N.º 049-2022-MINEDU (Anexo 9A), que establece que “el plan de estudios debe articularse coherentemente con las unidades didácticas y las competencias del perfil de egreso”.

Se consideró mantener la estructura de 6 ciclos, 131 créditos y 3,024 horas, que se distribuye en:

- Competencias técnicas: 90 créditos (1,904 horas),
- Competencias para la empleabilidad: 29 créditos (736 horas),
- EFERT: 12 créditos (384 horas).

Decisión que garantiza la viabilidad institucional, al no modificarse la carga horaria ni la organización administrativa vigente, pero transforma el enfoque pedagógico desde lo operativo hacia lo estratégico, sostenible y digital.

Así mismo, se conservan las tres certificaciones modulares, ahora coherentes con el nuevo perfil de egreso y con los nombres actualizados:

- **Módulo I- Diseño y Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles (Ciclos I–II):** En el que se incluye cursos como inteligencia turística, gestión de áreas naturales protegidas, turismo comunitario y análisis de datos; y responde a la competencia técnica de gestión de destinos sostenibles.

- **Módulo II- Comercialización Turística (Ciclos III–IV):**

Se incluyen cursos como marketing digital, gestión de redes sociales (Instagram, TikTok), CRM y SEO/SEM; respondiendo a la competencia técnica de comercialización digital.

- **Módulo III- Gestión de Negocios y Proyectos Turísticos**

(Ciclos V–VI): Incluye cursos como economía circular en turismo, gobernanza territorial, turismo de reuniones (MICE) y resiliencia climática; y responde a la competencia técnica de, liderazgo intercultural y gestión de proyectos.

- **Las EFERT (384 horas)** se articulan explícitamente con los módulos.

La metodología de actualización se estructuró bajo tres principios rectores:

- **Progresividad modular:** donde cada ciclo construye competencias específicas que se integran en el módulo de certificación;

- **Pertinencia formativa:** reemplaza contenidos obsoletos por cursos que aporte a las competencias críticas demandadas por el sector productivo (65 % exige marketing digital, 45 % turismo sostenible).

- **Equilibrio estructural:** en el que se mantiene elementos esenciales como la progresión lingüística en inglés (6 niveles) y las experiencias formativas en situaciones reales de trabajo (EFERT), que garantizan la aplicación práctica de los conocimientos.

Esta propuesta no solo cumple con la normativa nacional, sino que también responde a las demandas del sector (65 % de convocatorias exigen marketing digital, 45 % turismo sostenible) y a los compromisos institucionales (PEI 2024–2026, certificación TEDQUAL), al centrar el perfil de egreso como eje conductor, se asegura coherencia, pertinencia y calidad en la formación técnica en turismo

A continuación, se presenta la programación detallada del plan de estudios, en el que se operativiza las mejoras identificadas mediante una estructura modular progresiva que articula coherentemente las competencias específicas, de empleabilidad, situaciones reales de trabajo (EFERT) e investigación, manteniendo la carga horaria total (3024 horas) y los créditos (131) del plan vigente.

Tabla 8

Módulo I: Diseño y Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles (Ciclos I-II)

I Ciclo					
Asignatura	Horas	Créditos	Pre-requisito	Competencia	Justificación
Fundamentos del Turismo Sostenible	64	4	Ninguno	Específicas	Bases conceptuales de sostenibilidad y ODS.
Patrimonio Turístico: Recursos y Valoración	32	2	Ninguno	Específicas	Identificación y gestión de recursos naturales y culturales para destinos.
Geografía Aplicada al Turismo y SIG	64	2	Ninguno	Específicas	Uso de herramientas geoespaciales para la planificación territorial.

Administración Turística Básica	64	3	Ninguno	Empleabilidad	Principios de gestión administrativa aplicados a empresas turísticas. Desarrolla competencias de comunicación efectiva y técnicas de negociación y resolución de conflictos.
Comunicación y habilidades de Interacción	32	1	Ninguno	Empleabilidad	Uso de herramientas y plataformas digitales para la gestión de datos.
Sistemas de Información Turística	64	2	Ninguno	Específicas	Base idiomática para el contexto global.
Inglés I Básico	96	4	Ninguno	Empleabilidad	
Total	416	18			

II Ciclo

Asignatura	Horas	Créditos	Pre-requisito	Competencia	Justificación
Gestión de la Calidad y Certificación Turística	64	3	Ninguno	Específicas	Normas de calidad y sellos de sostenibilidad.
Legislación Aplicada al Turismo Sostenible	64	3	Ninguno	Específicas	Marco legal para la gestión responsable de destinos y empresas.
Emprendimiento Turístico Básico	64	3	Ninguno	Empleabilidad	Creación de modelos de negocio innovadores en turismo.
Contabilidad Aplicada al Turismo	64	3	Administración Turística Básica	Empleabilidad	Gestión financiera y de costos en proyectos turísticos.
Gestión de Seguridad y Riesgos en Destinos Turísticos	32	2	-	Específica	Competencia crítica para garantizar destinos seguros. Aporta a todas las competencias de gestión.

Inglés II Básico	96	4	Inglés I	Empleabilidad	Consolidación de habilidades comunicacionales.
SRT1	64	2	Ninguno	SRT	Experiencias prácticas en gestión operativa turística.
Total	448	20			

Tabla 9

Módulo II: Comercialización Turística (Ciclos III-IV)

III Ciclo					
Asignatura	Horas	Créditos	Pre-requisito	Competencia	Justificación
Marketing y Comercialización Turística	64	3	Marketing Digital y estrategias de contenido	Específicas	Estrategias integradas de marketing y ventas de servicios turísticos.
Investigación de Mercados Turísticos	80	3	Ninguno	Investigación	Análisis de demanda, competencia y tendencias del mercado.
GDS y Tecnologías Aplicadas al Turismo	80	3	Ninguno	Específicas	Uso de los GDS y plataformas como Amadeus y Sabre para reservas, así como la gestión de inventarios y tarifas en tiempo real y la optimización de servicios turísticos.
Habilidades Directivas para el Turismo	48	2	Ninguno	Empleabilidad	Liderazgo y gestión de equipos.

Contabilidad Aplicada al Turismo	64	3	Administración Turística Básica	Empleabilidad	Gestión financiera y de costos en proyectos turísticos.
Experiencia del Cliente (CX) en entornos multicanal	64	3	Ninguno	Específicas	Personalización de experiencias en entorno digital. Base para gestión de calidad.
Inglés III Pre-Intermedio	96	4	Inglés II	Empleabilidad	Comunicación técnica en contextos turísticos.
Total	496	21			
IV Ciclo					
Asignatura	Horas	Créditos	Pre-requisito	Competencia	Justificación
Gestión de la Calidad y Certificación Turística	48	3	Ninguno	Específicas	Normas de calidad y sellos de sostenibilidad.
Análisis de Datos y Business Intelligence	64	4	Ninguno	Investigación	Uso de herramientas analíticas para la toma de decisiones estratégicas.
Documentación Visual digital en turismo	32	1	Ninguno	Empleabilidad	Documentación visual de destinos turísticos a través de fotografía y videografía en entornos digitales
Organización de Eventos Turísticos Sostenibles (RICE)	80	3	Específica	Diseño de Productos, Marketing Digital	Eventos sostenibles con enfoque en experiencia. Base para planificación.

Taller de Tesis I: Formulación del Proyecto	64	4	Ninguno	Investigación	Inicia la formulación de la problemática y marco teórico.
Inglés IV Intermedio	96	4	Inglés III	Empleabilidad	Consolidación de habilidades comunicacionales.
SRT2	128	4	Ninguno	SRT	Experiencias prácticas en gestión operativa turística.
Total	512	23			

Tabla 10

Módulo III: Gestión de negocios y proyectos turísticos (Ciclos V-VI)

V Ciclo					
Asignatura	Horas	Créditos	Pre-requisito	Competencia	Justificación
Gestión de Operaciones Turísticas	64	3	Ninguno	Específicas	Optimización de procesos.
Ética y Sostenibilidad Empresarial	48	2	Legislación Aplicada al Turismo	Específicas	Toma de decisiones responsable en la gestión.
Innovación y Desarrollo de Proyectos Turísticos	64	3	Ninguno	Empleabilidad	Diseño de modelos de proyectos de desarrollo turísticos
Turismo Comunitario y Liderazgo Intercultural	64	3	Ninguno	Específicas	Diseño de experiencias respetuosas con culturas.

Tendencias Globales en Turismo	80	3	Investigación de Mercados Turísticos	Específicas	Análisis de futuros escenarios y tendencias en el sector.
Taller de Tesis II: Desarrollo del Proyecto	64	3	Taller de tesis I	Investigación	Elaboración del marco metodológico y recolección de datos.
Inglés V Intermedio	96	4	Inglés IV	Empleabilidad	Comunicación técnica avanzada.
Total	480	21			

VI Ciclo

Asignatura	Horas	Créditos	Pre-requisito	Competencia	Justificación
Entrepreneurial Development	128	4	Emprendimiento Turístico Innovador	Empleabilidad	Fomenta la creación de nuevos modelos de negocio disruptivos y la mentalidad empresarial para la toma de decisiones gerenciales.
Tecnologías Emergentes en el Turismo	96	4	Ninguno	Específicas	Brinda conocimientos sobre el uso de la inteligencia artificial, big data, blockchain y realidad virtual para optimizar la gestión turística y la experiencia del cliente.

Costos y Presupuestos para Proyectos Turísticos Sostenibles	64	3	Contabilidad Aplicada al Turismo	Empleabilidad	Análisis de la viabilidad económica y financiera de proyectos con enfoque sostenible.
Gestión de la Sostenibilidad y Resiliencia en Destinos	96	4	Gestión de la Sostenibilidad en Destinos	Específicas	Preparación para la planificación y gestión de destinos turísticos ante desafíos como el cambio climático y otras crisis.
Taller de Tesis III: Sustentación y Publicación	192	9	Taller de Tesis II	Investigación	Culminación, redacción y defensa de la tesis profesional.
Inglés VI Avanzado	96	4	Inglés Especializado	Empleabilidad	Comunicación global para proyectos innovadores.
SRT3 (Situaciones Reales de Trabajo III)	192	6	Todas las asignaturas de Ciclo V	Específicas	Culminación del plan de estudios con un proyecto práctico e integral.
Total	864	34			

3.7 Criterios de Viabilidad y Estructura Curricular

Para garantizar la viabilidad institucional y la factibilidad operativa del rediseño (Haaz Mora, 2017), los criterios considerados para la actualización del plan de estudios son los siguientes:

Criterios de Viabilidad:

Mantener el número de cursos, carga horaria y créditos por ciclo: Esta restricción operativa se aborda reorientando el contenido temático y los resultados de aprendizaje de cada curso o unidad didáctica, sin alterar la estructura administrativa y la carga académica vigente. El cambio se enfoca en el "qué se aprende" (las competencias emergentes y específicas) y el "cómo se aprende" (el modelo didáctico por proyectos), lo que permite la transformación profunda sin modificar la estructura burocrática del sistema de créditos.

Estructura Modular de la Malla Curricular

El Plan de Estudios, operando bajo la estructura administrativa existente, se organiza internamente en módulos formativos que reemplazan la estructura de asignaturas aisladas. Este diseño se sustenta en el Enfoque Complejo de las Competencias (Tobón, 2007, 2008) y permite la actuación integral ante problemas del contexto.

- Eje Organizador: Cada módulo toma como eje una función crítica identificada en el Análisis Funcional, asegurando que la formación se centre en el desempeño laboral.
- Integración: Los módulos integran las Competencias Específicas, de Empleabilidad y Transversales, utilizando los créditos y horas existentes de manera interdisciplinaria, enfocándose en la idoneidad y el compromiso ético (Tobón, 2007).

Eje del Módulo (Función Crítica)	Competencia Específica Central	Competencias Transversales Integradas
Módulo I: Gestión Operacional Turística Sostenible	Gestiona operaciones de servicio y alojamiento con enfoque de Sostenibilidad.	Sostenibilidad, Ética Profesional.

3.8 Evaluación de la pertinencia estratégica de la propuesta

La propuesta de rediseño curricular no solo responde a las demandas del mercado laboral, sino que contribuye directamente al desarrollo del turismo en el Perú.

La Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022) establece de forma explícita que “la reactivación del sector requiere profesionales con competencias digitales, sostenibles y de gestión de experiencias”. Asimismo, la Ley General de Turismo (2025) proyecta la formalización de 5 000 nuevos prestadores, la generación de 34 000 empleos y la atracción de 5 millones de visitantes anuales hacia 2030 (Observatorio Nacional de Prospectiva, 2025).

La propuesta presentada responde a estos mandatos nacionales al formar un Técnico en Administración Turística capaz de:

- Diseñar productos sostenibles en destinos emergentes
- Gestionar campañas de marketing digital (65 % de convocatorias lo exigen),
- Liderar proyectos de turismo de reuniones (+22 % en 2024),
- Implementar modelos de turismo comunitario y economía circular.

Por lo tanto, no se trata solo de mejorar la empleabilidad individual, sino de formar capital humano calificado que permita al Perú alcanzar sus metas estratégicas de desarrollo turístico. La incorporación de competencias en sostenibilidad, digitalización y liderazgo intercultural no es opcional, sino una condición necesaria para garantizar un turismo competitivo, inclusivo y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En este sentido, la propuesta garantiza una contribución real al desarrollo del turismo, al formar profesionales técnicos capaces de diseñar, gestionar e innovar en un sector en transformación.

Criterios e Indicadores de Evaluación

En coherencia con los lineamientos establecidos en la Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU y su Anexo E: Proceso de elaboración de los programas de estudios, se ha diseñado un sistema de evaluación basado en criterios e indicadores que permiten verificar que la actualización del referente productivo, el perfil de egreso y el plan de estudios respondan a las demandas reales del sector turístico, a las tendencias en formación técnica, y a los objetivos estratégicos de la institución.

Los criterios se han definido en torno a aspectos clave como la pertinencia técnica, la innovación curricular, la coherencia con la normativa y la empleabilidad del egresado.

A continuación, se presenta la tabla de criterios e indicadores de evaluación, que constituye un instrumento esencial para la validación interna y externa de la propuesta.

Tabla 11

Criterios e indicadores de evaluación de la propuesta de rediseño curricular

Criterios	Indicadores	Instrumento de evaluación
Pertinencia técnica y productiva	-El referente productivo actualizado responde a las demandas reales del sector turístico. -Las unidades de competencia están vinculadas a puestos laborales actuales. -Se incorporan competencias emergentes tales como: sostenibilidad, digitalización, inclusión, innovación y uso de tecnologías.	-Análisis documental de 36 convocatorias laborales (2023–2025), identificando frecuencia de palabras clave -Mapeo de competencias con puestos laborales (CIU 79).
Coherencia con la normativa vigente (RVM 049-2022-MINEDU)	-El referente productivo sigue la estructura del Anexo B: propósito, procesos, subprocesos, unidades de competencia, indicadores de logro. -Las unidades de competencia utilizan verbos del nivel 3 (gestionar, supervisar, coordinar, implementar). -El perfil de egreso y el plan de estudios cumplen con los formatos Anexo 8A y Anexo 9A.	-Lista de verificación del Anexo B, 8A y 9A de la RVM N.º 049-2022-MINEDU. (Perfil de egreso Anexo 8A- Plan de estudios- Anexo 9A).
Innovación curricular y mejora del programa	-La propuesta supera las limitaciones del referente vigente (CIU 79-2020), que es operativo y comercial. -Se incorporan nuevos procesos estratégicos (diseño de productos sostenibles, gestión de la experiencia del cliente digital, liderazgo de proyectos).	-Comparación entre referente vigente y propuesto. -Malla curricular actualizada (Anexo C)
Empleabilidad e inserción laboral del egresado	-El perfil de egreso refleja un profesional técnico con autonomía, capacidad de toma de decisiones y liderazgo técnico. -Las competencias desarrolladas permiten al egresado	-Perfil de egreso detallado. -Tabla de puestos laborales vinculados (Referente productivo). -Plan de estudios con distribución de horas en EFERT.

desempeñarse en roles
estratégicos.
-El plan de estudios incluye
EFERT (Experiencias Formativas
en Situaciones Reales de Trabajo)
con un mínimo del 30% de horas.

4 Conclusiones

- Además de mejorar la empleabilidad, las competencias propuestas contribuyen directamente al desarrollo turístico sostenible del país. Por ejemplo, la gestión de destinos sostenibles permite implementar prácticas alineadas con la Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo (MINCETUR, 2022), que prioriza la conservación del patrimonio y el empoderamiento comunitario. Asimismo, el liderazgo intercultural fortalece la relación con comunidades receptoras, en coherencia con el PEN 2036, que plantea una educación técnica orientada al desarrollo territorial y la equidad social.

- El referente productivo vigente, aunque normativamente es válido, resulta funcionalmente limitado, debido a un enfoque operativo y comercial que no responde totalmente a las tendencias emergentes del perfil profesional turístico, lo que restringe el desarrollo de competencias estratégicas en los estudiantes.

- La propuesta de rediseño curricular, centrada en la actualización del perfil de egreso y el plan de estudios, presentada busca considerar tendencias y desafíos del sector, al incorporar competencias técnicas, transversales y digitales dentro del perfil de egreso, pretendiendo formar profesionales técnicos capaces de liderar procesos de transformación en turismo sostenible, inclusivo e innovador.

- La propuesta de actualización del plan de estudios ha sido diseñada bajo un enfoque de transición curricular responsable, en el que se priorizó la continuidad académica de los estudiantes en curso, manteniendo

la estructura modular, la carga horaria y los cursos de inglés y EFERT, mientras se actualizan progresivamente los contenidos y competencias. Este equilibrio pretende garantizar que la modernización curricular no implique costos académicos ni administrativos para los estudiantes actuales, asegurando así una implementación viable, ética y centrada en la mejora del aprendizaje.

- La actualización del perfil de egreso y del plan de estudios buscar alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Proyecto Educativo Nacional al 2036 y las recomendaciones de organismos internacionales como la OMT y UNESCO, lo cual fortalece la calidad formativa y el compromiso ético de la institución.

- La propuesta tiene un enfoque humanista, territorial y estratégico, que no solo busca mejorar la empleabilidad, sino también formar agentes de cambio que contribuyan al desarrollo local y a la conservación del patrimonio cultural y natural del país. En este sentido, la incorporación de competencias en sostenibilidad, digitalización y liderazgo intercultural no solo mejora la empleabilidad, sino que constituye una condición necesaria para garantizar un turismo competitivo, inclusivo y alineado con los ODS y el PEN 2036.

5 Recomendaciones

- Validar la propuesta con actores del sector productivo turístico, realizando mesas técnicas con empleadores, gremios y expertos, con la finalidad de cumplirse el procedimiento indicado por MINEDU, respecto a una actualización de un plan de estudio.
- Diseñar un sistema de monitoreo y evaluación curricular, que permita ajustes periódicos, retroalimentación continua y medición del impacto en la empleabilidad de los egresados.
- Desarrollar los cursos del plan de estudio, considerando el enfoque propuesto, basado en sostenibilidad, innovación y uso de tecnología, abordados como ejes principales en las competencias del perfil de egreso.
- La implementación del nuevo currículo requiere docentes capacitados en sostenibilidad, tecnologías digitales aplicadas al turismo y metodologías activas, por lo que se requiere fortalecer la formación docente en competencias emergentes.
- Se sugiere direccionar Las Experiencias Formativas en Situaciones Reales de Trabajo (EFERT) a destinos sostenibles, proyectos comunitarios y entornos digitales.

6 Referencias Bibliográficas

- Álamo-Larrañaga, K. (2023). *Perfil profesional del egresado y su relación con la empleabilidad: estudio de caso en estudiantes de turismo de una universidad peruana*. Revista Amazónica de Ciencias Económicas, 2(2), e586. <https://doi.org/10.51252/race.v2i2.586>
- Aldaz Hernández, S. M., Guerrero Vaca, D. M., Cejas Martínez, M. F., & Pacheco Sanunga, H. G. (2023). *Competencias laborales en el sector turístico: un modelo de formación profesional*. Universidad, Ciencia y Tecnología, 27(119), 41–51. <https://doi.org/10.47460/uct.v27i119.705>
- Armas, F. (2018). *Una historia del turismo en el Perú. El Estado, los visitantes y los empresarios (1800-2000)*. (2a. ed., Vols.1-2). Universidad de San Martín de Porres. https://www.researchgate.net/publication/362099968_Una_historia_del_turismo_en_el_Peru_El_Estado_los_visitantes_y_los_empresarios_1800-2000_vol_1
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2021). *Evolución del turismo en Perú 2010–2020: La influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19* (Nota Sectorial de Turismo). <http://dx.doi.org/10.18235/0003489>
- Carbajulca-Milla, M. (2023). *Perfil de competencias y empleabilidad desde la perspectiva del egresado en turismo*. Revista De Investigaciones De La Universidad Le Cordon Bleu, 10(1), 84-93. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2023v10n1.008> .

- Castillo-Palacio, M., Ardila-Barragán, L., & Castrillón-Muñoz, A. (2020). *Innovación curricular en la formación en turismo: un enfoque teórico-conceptual. Praxis & Saber*.
<https://doi.org/10.19053/22160159.v11.n25.2020.10479>
- CENFOTUR (2024). *CENFOTUR, cumplió 46 años al servicio del sector turismo del país*. <https://www.cenfotur.edu.pe/2024/boletin-4-2024/cenfotur-cumplio-46-anos-al-servicio-del-sector-turismo-del-pais/>
- CENFOTUR. (2023). *Plan de Estudios 2024* (RJ N.º 099-2023-CENFOTUR).
- CENFOTUR. (2024). *Plan Estratégico Institucional 2024–2026* (R.J N° 040-2023-CENFOTUR).
- Congreso de la República del Perú (2016). *Ley N° 30512, Ley que regula los institutos y escuelas de educación superior en el Perú*.
- Copa, R. (2020). *Rediseño curricular de la carrera de turismo para mejorar la inserción laboral de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico 'Wiñay Marka'*. Universidad Mayor de San Andrés.
- Daries, J., Jaime, V., & Bucaram, S. (2021). *Evolución del turismo en Perú 2010–2020: La influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19* (Nota Sectorial de Turismo No. IDB-TN-02211). Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0003489>
- Esparza Huamanchumo, R. M., Sánchez Chero, M. J., Luján Vera, P. E., Chinchay Villarreyes, S. S., & Mogollón Taboada, M. M. (2020). *Formación por competencias profesionales a través de la disciplina integradora de la carrera de turismo y negocios*. *Revista de la Universidad del Zulia*, 3ª época, 31, 433-449. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8809955>

- Infobae. (2024, diciembre 23). *¿Qué está impidiendo el avance de la educación técnica en el Perú?* <https://www.infobae.com/peru/2024/12/23/que-esta-impidiendo-el-avance-de-la-educacion-tecnica-en-el-peru/>
- Jouault, S (2021). *Estrategias para la Formación de Profesionales en Turismo: Experiencias desde la Universidad Autónoma de Yucatán, México.* <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i3p744>
- López Rengifo, C. F. (2023). *Perfil de egreso: Educación superior universitaria.* Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=834203>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Perú: Cuenta Satélite de Turismo, 2015–2020.* <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22168-peru-cuenta-satelite-de-turismo>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022). *Estrategia Nacional de Reactivación del Turismo.*
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2025). Reportes Mensuales de Turismo (Julio–Setiembre 2025).
- MINEDU. (2017). *Decreto Supremo N° 010-2017-MINEDU [Reglamento de la Ley N.º 30512].* Ministerio de Educación del Perú.
- MINEDU. (2022). *Resolución Viceministerial N.º 049-2022-MINEDU.* <https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/2946166-049-2022-minedu>
- Mora Forero, J.A.; Vásquez Benítez, L. y Gallego Vásquez, J.E. (2020). *La formación universitaria en turismo: una perspectiva académica y laboral en Bogotá (Colombia).* *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4 (2), 81-102. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.12899>

- Observatorio Nacional de Prospectiva. (2025). *Recuperación del sector turismo*. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN).
https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t1_turismo
- OCDE. (2023). *Estudios Económicos de la OCDE: Perú 2023*. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.xxxx/ocde-peru-2023>
- Organización Mundial del Turismo (2020), *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*, OMT, Madrid.
<https://doi.org/10.18111/9789284421404>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2019). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*.
<https://doi.org/10.18111/9789284421404>
- Padilla Díaz, M. I., Criolla Cruz, I. D., García Vilorio, H., & Franco Pacheco, M. C. (2024). *Innovación disruptiva en programas de turismo en instituciones de educación superior: caso San Andrés Islas*.
<https://doi.org/10.36260/26wet145>
- Pin Figueroa, W. J. s, & Pin Figueroa, F. E. (2020). *Pertinencia de la carrera de turismo de la universidad estatal del sur de Manabí en el contexto ecuatoriano: Pertinencia de la carrera de turismo*. UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria, 4(4), 141–148.
<https://doi.org/10.47230/unsum-ciencias.v4.n4.2020.7>
- PROMPERÚ. (2025). *Perfil del turista extranjero 2024*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
<https://www.promperu.gob.pe/turismoin/cifras?tab1=turista-extranjero-pdf&ddlFiltroAnioCifras1=2024#turistaextranjero>

- Rivas García, Rosa María, Cardoso Espinosa, Edgar Oliver, & Roldan Castellanos, Martha Leticia. (2024). *Planteamiento de las Competencias Profesionales en Turismo desde la perspectiva de los egresados en México*. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 15(29), e735. Epub 31 de enero de 2025. <https://doi.org/10.23913/ride.v15i29.2094>
- SENATI (2025). *Turismo sostenible: motor de crecimiento y empleo en el Perú*. <https://blogconexion.senati.edu.pe/tendencias/turismo-sostenible-motor-de-crecimiento-y-empleo-en-el-peru/#:~:text=Las%20carreras%20de%20Gu%C3%ADa%20de%20Turismo%20y,seg%C3%BAn%20el%20Consejo%20Mundial%20de%20Viajes%20y>
- Testón Franco, N., Salinas López, M. & Ahumada López, E. (2023). *La educación 4.0 en la profesionalización del turismo: una revisión teórica en la enseñanza del sector*. *Revista Digital Universitaria (rdu)*, 24(5). <http://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2023.24.5.13>
- Tobón, S. (2008). *La formación basada en competencias en la educación superior: El enfoque complejo*.
- Tobón, S. (2013). *Formación integral y competencias. Pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación* (4ta. Ed.). Bogotá: ECOE.
- UMBRAL. *Observatorio de Educación Superior del Consorcio de Universidades*. (2022). *Boletín Informativo N.º 6: La educación superior técnica en el Perú*.
- UNESCO. (2024). *Revisión de la política de Educación y Formación Técnico-Productiva (EFTP) del Perú*.

https://articles.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2024/11/EFTP_Per%C3%BA_Documento%20de%20trabajo_UNESCO%202024.pdf

WTM Global Travel Report. (2025). *Tendencias clave que marcarán el turismo en 2025*. *Smart Travel News*. <https://www.smarttravel.news/tendencias-clave-que-marcaran-el-turismo-en-2025-el-analisis-del-wtm-global-travel-report/>

7 Anexos

Anexo A.

Tabla A1. Identificación de Brechas en el Referente Productivo

Elemento	Situación actual	Consecuencia en la práctica profesional	Brecha identificada	Justificación/ Evidencia
Propósito Principal	Enfocado principalmente en la gestión operativa y comercialización tradicional de productos turísticos.	No refleja tendencias actuales como sostenibilidad, digitalización, responsabilidad social y emprendimiento.	Según OMT (2023) y MINEDU (2022), estas competencias son clave para el desarrollo del sector turístico moderno.	Limita la pertinencia del currículo frente a las demandas globales y nacionales del mercado laboral.
Procesos Laborales	Cuatro procesos genéricos basados en actividades operativas y comerciales.	Falta de integración de procesos relacionados con la digitalización, turismo sostenible y experiencias personalizadas.	El sector exige nuevos modelos de gestión enfocados en destinos inteligentes, marketing digital y turismo responsable (UNESCO, 2024).	Genera una formación limitada en áreas emergentes del turismo.
Subprocesos	Subprocesos centrados en aspectos técnicos básicos como transporte, alojamiento y atención al cliente.	Ausencia de subprocesos dedicados a la analítica turística, gestión de experiencias digitales y sensibilización ambiental.	Estudios recientes (Copa, 2020; Revista REDIPE, 2024) destacan la necesidad de formar profesionales en nuevas tecnologías y sostenibilidad.	Reduce la capacidad de los egresados para adaptarse a entornos dinámicos y especializados.
Unidades de Competencia	Foco en competencias técnicas tradicionales como guía oficial, trasladista, etc.	Escasa presencia de unidades de competencia en sostenibilidad ambiental, tecnología aplicada al turismo y liderazgo.	La Resolución Viceministerial N° 049-2022-MINEDU promueve competencias transversales y emergentes.	Limita la empleabilidad en roles de alta responsabilidad y proyección profesional.

Competencias Transversales	Mínima inclusión de competencias como pensamiento crítico, sostenibilidad y uso de tecnología.	Las competencias transversales no están desarrolladas ni articuladas de manera sistemática en el currículo.	El PEI 2024–2026 y el Proyecto Educativo Nacional al 2036 resaltan su importancia.	Restringe la capacidad de los egresados para desempeñarse en contextos diversos y competitivos.
Puestos Laborales Vinculados	Puestos muy específicos y tradicionales (guía oficial, especialista en caminata, etc.).	Falta de puestos vinculados a roles emergentes como gestor de experiencias digitales, coordinador de turismo sostenible, analista de datos turísticos.	Informes de empleabilidad (CENFOTUR, 2023) muestran creciente demanda de estos perfiles.	Reducción de opciones laborales para los egresados.
Experiencias Formativas en Situaciones Reales de Trabajo (EFRERT)	SRT genéricas y poco contextualizadas.	No se vinculan claramente con destinos sostenibles, proyectos comunitarios ni herramientas digitales.	Se requiere mayor conexión con realidades locales y globales del turismo (RVM 049-2022-MINEDU).	Limita la relevancia práctica de la formación y la inserción laboral.
Enfoque Sectorial y Normativo	Basado en CIIU 79-2020, sin actualización.	No considera cambios normativos, tendencias globales ni evolución del sector turístico.	Ley N° 30512 y PEN al 2036 exigen programas actualizados y flexibles.	Aumenta el riesgo de obsolescencia del currículo y desalineación con el mercado laboral.

Nota. Para un análisis más detallado de las brechas encontradas durante el proceso de diagnóstico institucional y validación con el sector productivo, se presenta a continuación una tabla completa que describe cada área con sus justificaciones y fuentes de apoyo.

Anexo B

Tabla B1. Convocatorias laborales en el sector turismo periodo 2023-2025

Sector Público					
Nº	Puesto / Cargo	Entidad	Perfil Profesional	Competencias principales	Portal
1	Especialista en Gestión de Turismo (CAS 048)	Gobierno Metropolitano de Lima	Titulado universitario en Turismo, Administración y Marketing, Administración e Inteligencia de Negocios, Turismo y administración Hotelera, Turismo Hotelería y Gastronomía, o similares por formación o Derecho	Conocimientos: Gestión estratégica turística, coordinación interinstitucional gestión pública y/o gestión cultural y/o medio ambiente y/o gestión en turismo. Normas del sector turismo vigentes, normas sobre gobiernos regionales y gobiernos locales. Idioma: inglés intermedio Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias de Trabajo
2	Especialista en Articulación Comercial (CAS 045)	Gobierno Metropolitano de Lima	Titulado universitario en Turismo, Administración, Marketing, Comunicaciones, Negocios Internacionales o afines	Conocimiento: Negociación, alianzas estratégicas, Marketing y/o Negocios Internacionales y/o Gestión Pública. Conocimiento de turismo MICE (Acrónimo en inglés de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones) de Lima Metropolitana. Idioma: inglés intermedio Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias de Trabajo

3	Analista en Promoción de la Cultura Turística (CAS 042)	Gobierno Metropolitano de Lima	Bachiller universitario en Turismo, Marketing, Administración e Inteligencia de Negocios, Turismo y Administración Hotelera, Turismo Hotelera y Gastronomía, o similares por formación o Administración.	Conocimientos: cultura turística y/o gestión pública y/o medio ambiente y/o cursos acumulados por 90 horas vinculados al sector turismo. Conocimiento en normas del sector turismo vigentes. Idioma: inglés intermedio. Competencias: Análisis crítico, trabajo en equipo, calidad de trabajo y vocación de servicios.	Convocatorias de Trabajo
4	Analista en Gestión de Turismo (CAS 041)	Gobierno Metropolitano de Lima	Bachiller en Administración turística y Hotelera, Turismo, o similares por formación, Negocios Internacionales y/o afines	Conocimientos: gestión pública y/o gestión en turismo. Normas del sector turismo vigentes, normas sobre gobiernos regionales y gobiernos locales. Competencias: Comunicación efectiva, trabajo en equipo, calidad de trabajo, creatividad e innovación. Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias de Trabajo
5	Especialista en Turismo (CAS 078)	PROMPERÚ	Bachiller en Administración en Turismo, Marketing, Ciencias de la Comunicación, Negocios Internacionales u otras carreras afines a la formación profesional.	Conocimiento: Manejo de indicadores de desempeño y resultados de temas relacionados. Competencias: Análisis, gestión de la información, excelencia e Innovación Idioma: inglés avanzado. Ofimática: procesador de texto,	CAS PROMPERU

				hoja de cálculo, programa de presentaciones	
6	Especialista en Gestión del Desarrollo Turístico	MINCETUR	Titulado en Turismo y hotelería o Administración en turismo o Administración turística.	Conocimientos: Planificación estratégica, gestión del desarrollo y políticas públicas vinculada al sector turismo. Análisis económico del turismo y/o Gestión del Desarrollo Territorial y/o Gestión del Desarrollo Económico Territorial. Competencias: Iniciativa, planificación, negociación, control, orden. Idioma: inglés intermedio. Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones (avanzado).	Convocatorias CAS / MINCETUR
7	Especialista en Turismo de Reuniones	PROMPERÚ	Bachiller en Administración en Turismo, Marketing, Ciencias de la Comunicación, Negocios Internacionales u otras carreras afines por la formación.	Conocimientos: Marketing Turístico, Planificación Estratégica, Gestión Pública, Gestión de Eventos u otros similares. Gestión comercial, gestión del turismo, turismo de reuniones, sostenibilidad o similares Competencias: Atención, Capacidad de Negociación, Organización de eventos, Redacción y Síntesis. Idioma: inglés intermedio Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias CAS PROMPERU

8	Especialista de información estratégica	PROMPERÚ	Bachiller en Administración, Estadística, Economía, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Turismo u otras carreras afines a la formación profesional	Conocimientos: Google analytics, Power BI, SPSS, R u otros similares. Google analytics, Power BI, SPSS, R u otros similares. Competencias: Adaptabilidad, análisis, creatividad / innovación, dinamismo y negociación. Idioma: inglés intermedio Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias CAS PROMPERU
9	Especialista de Inteligencia de Mercados Turísticos I	PROMPERÚ	Bachiller en Administración, Estadística, Economía, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Turismo, Psicología u otras carreras afines a la formación profesional	Conocimiento en: Manejo de herramientas de análisis de datos y paquetes estadísticos (SPSS, R, o similares.). Investigación o inteligencia de mercados (SPSS) u otros similares. Competencias: Adaptabilidad, análisis, Creatividad / Innovación, Dinamismo y Negociación. Idioma: inglés intermedio Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias CAS PROMPERU
10	Especialista de Inteligencia de Mercados Turísticos II	PROMPERÚ	Bachiller en Administración, Estadística, Economía, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Turismo, u	Conocimiento: Manejo de herramientas de análisis de datos y paquetes estadísticos. Investigación o inteligencia de	Convocatorias CAS PROMPERU

			otras carreras afines a la formación profesional	mercados o analítica de datos o Business Intelligence o interpretación de indicadores económicos u otros similares. Software estadístico SPSS. Competencias: Capacidades analíticas, orientado(a) a resultados, proactividad, Excelencia e Innovación Idioma: inglés intermedio Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	
11	Especialista en Proyectos Especiales	PROMPERÚ	Bachiller en Administración en Turismo, Hotelería, Marketing, Ciencias de la Comunicación, Negocios Internacionales u otras carreras afines por la formación profesional	Conocimiento: Manejo de herramientas de marketing digital. Competencias: Gestión del conocimiento, Compromiso, Orientado a los resultados y Comunicación efectiva. Idioma: inglés intermedio, quechua básico, otros básico. Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	Convocatorias CAS PROMPERU
12	Especialista en Turismo Regional	PROMPERÚ	Bachiller en Administración en Turismo, Hotelería, Marketing, Ciencias de la Comunicación, Negocios Internacionales u otras carreras afines por la formación profesional	Conocimiento: Manejo de herramientas de marketing digital. Competencias: Gestión del conocimiento, Compromiso, Orientado a los resultados y Comunicación efectiva.	Convocatorias CAS PROMPERU

				Idioma: inglés intermedio, quechua básico, otros básico. Ofimática: procesador de texto, hoja de cálculo, programa de presentaciones	
13	Asistente regional iPERÚ	PROMPERÚ	Bachiller en Administración en Turismo, Marketing, Ciencias de la Comunicación, Negocios Internacionales u otras carreras afines a la formación profesional o a las funciones del puesto.	Conocimiento: temas afines a la función. Competencias: Creatividad / Innovación, Comunicación oral, Dinamismo y Empatía Ofimática: Nivel intermedio. Idioma: inglés a nivel avanzado.	Convocatorias CAS PROMPERU
14	Asistente iPERÚ	PROMPERÚ	Título Profesional Técnico, Técnico o Estudios de Especialización en Administración, Turismo, Ciencias de la Comunicación, Marketing o carreras vinculadas a la actividad o especialidad.	Deseable Capacitación en temas afines a la actividad o especialidad. Competencias: Gestión del conocimiento, Orientado a los resultados, Comunicación efectiva, Adaptación al cambio, organización y Planificación, Respeto y trabajo en equipo, Orientación al cliente, Excelencia e innovación Ofimática: - Idioma: inglés a nivel Intermedio	Convocatorias CAS PROMPERU
15	Coordinador de Proyectos	MINCETUR – Programa PNTD	Profesional universitario en Turismo, Economía, Ingeniería, afines	Conocimiento: Gestión de proyectos públicos, marco lógico, indicadores, normativa SNIP. Ofimática: Excel avanzado. Idioma: inglés intermedio. Otros: liderazgo, proactividad, trabajo multidisciplinario	Empleos Perú

16	Especialista de Desarrollo Productivo Turístico	MINCETUR	Profesional universitario en Turismo, Economía, Sociología	Conocimiento: Planificación estratégica, turismo comunitario, Ofimática: Excel, PowerPoint. Idioma: inglés técnico. Otros: trabajo con comunidades, redacción técnica, planificación territorial	SERVIR
17	Técnico Administrativo – Turismo	Municipalidad de Trujillo	Técnico en Turismo o Administración	Conocimiento: gestión turística, redacción de documentos. Ofimática: Word y Excel intermedio. Habilidades: trato cordial, puntualidad	Web institucional
18	Coordinador de Proyectos de Inversión	MINCETUR	Ing. Industrial, Lic. en Turismo o Economía	Conocimiento: Sistema Nacional de Inversión Pública (Invierte.pe), elaboración de PIP. Ofimática: Excel y Word. Habilidades: comunicación efectiva; inglés técnico deseable	Empleos Perú
19	Gestor de Rutas Turísticas	Municipalidad de Lima	Lic. en Turismo o Patrimonio	Conocimiento: Diseño de rutas turísticas, mapeo de atractivos, Ofimática: Excel. Idioma: inglés básico. Otros: redacción de guías y materiales	Web institucional
20	Especialista de Patrimonio	Ministerio de Cultura	Lic. en Turismo, Historia o Arqueología	Conocimiento: Conservación patrimonial, normativa cultural, redacción técnica, Idioma: inglés intermedio. Otros: habilidades interpersonales	Ministerio de Cultura

21	Técnico de Información Turística	Municipalidad de Cusco	Técnico en Turismo	Atención al cliente, base de datos, Idioma: inglés básico. Habilidades: orientación al visitante, puntualidad, empatía	Web institucional
Convocatorias en el sector privado (2023-2025)					
1	Ejecutivo de Reservas y Operaciones	Operador turístico – Cusco (2025)	Técnico en Turismo, Hotelería o agencia de viajes; ≥1 año de experiencia	Reservas (tren, avión); inglés intermedio; Word y Excel básico; atención al cliente, coordinación de servicios, trabajo en equipo	CompuTrabajo
2	Ejecutivo de Ventas Gastronómico B2B	Restaurante – Miraflores, Lima (2024)	Técnico o lic. en Turismo, Marketing o Administración; experiencia en ventas corporativas	Venta B2B hotelera y gastronómica; inglés no requerido; Excel y PowerPoint básicos; comunicación efectiva, negociación, persuasión, liderazgo, multitarea, orientación a resultados	CompuTrabajo
3	Jefe de Reservas y Operaciones	Inkari Luxury Hotel – Lima (2024)	Técnico/universitario en Turismo o Hotelero; experiencia en OTAs SiteMinder	Gestión de OTAs, plataformas de reservas, inglés intermedio; ofimática básica; coordinación interna, toma de decisiones, liderazgo	Bumerán
4	Asesor de Ventas Turismo	Condor Travel – Lima (2024)	Técnico/universitario en Turismo o afín; experiencia en reservas PNR	Gestión de reservas y paquetes turísticos; inglés básico; Word y Excel básicos; atención al cliente, ventas, comunicación clara	Bumerán
5	Ejecutivo de Promoción Comercial	Setours – Lima (2023)	Universitario en Turismo, Marketing o Comunicación; experiencia en promoción turística	Marketing y promoción receptiva; inglés avanzado; ofimática intermedia; comunicación estratégica, análisis de mercado, trabajo en equipo	LinkedIn

6	Coordinador de Capacitación	Intur Perú – Lima (2023)	Técnico o universitario en Turismo; experiencia docente o capacitación	Diseño de talleres y formación técnica; inglés intermedio; manejo de Moodle o plataformas educativas; comunicación, empatía, motivación, pedagogía	LinkedIn
7	Ejecutivo Comercial Turismo	Costamar Travel Group – Lima (2023)	Técnico/universitario en Turismo; experiencia en ventas corporativas	Ventas corporativas B2B, negociación; inglés valorado; Excel básico; comunicación, networking, trabajo en equipo	LinkedIn
8	Guía de Turismo Gastronómico	Loreto Jungle & City – Lima (2023)	Técnico o lic. en Turismo o Gastronomía; experiencia guiando visitas gastronómicas	Guía cultural-gastronómica, inglés intermedio; atención al cliente, narración, empatía, conocimiento local, trabajo en equipo	LinkedIn
9	Ejecutivo Internacional Turismo	Travel Perú – Lima (2024)	Titulado en Turismo, Negocios Internacionales o afines; experiencia en promoción internacional	Relaciones internacionales, negociación B2B; inglés avanzado; ofimática intermedia; análisis estratégico, planificación, comunicación intercultural	Bumerán
10	Asistente Bilingüe – Hotel/Turismo	Adecco Perú – Hotel asociado (Surco, Lima)	Técnico/universitario en Turismo; nivel de inglés intermedio-alto	Atención al cliente bilingüe; inglés intermedio-avanzado; Word/Excel básicos; comunicación, servicio al cliente, adaptabilidad, resolución de dudas	Jooble
11	Coordinador de Eventos Turísticos	Setours – Lima (2023)	Universitario en Turismo, Eventos o Comunicación; experiencia en planificación de eventos	Organización de eventos, logística turística; inglés intermedio; Excel intermedio; planificación, comunicación, trabajo en equipo, atención al detalle	LinkedIn

12	Ejecutivo B2B Turismo	Agencia corporativa – Lima (2024)	Técnico/universitario en Turismo o Marketing; Experiencia en generación de convenios corporativos	Ventas B2B, negociación de paquetes; inglés intermedio; Word, Excel básicos; liderazgo, orient. al cliente, estrategia comercial	CompuTrabajo
13	Booking Executive – Turismo	Row Markets – Lima (2024)	Técnico/universitario en Turismo; experiencia en gestión de reservas	Confirmaciones hoteleras online; inglés intermedio; ofimática básica; servicio al cliente, coordinación, orientación al detalle	CompuTrabajo
14	Instructor de Turismo Técnico	SENATI – Arequipa (2024)	Técnico o universitario en Turismo o Hotelería; experiencia educativa	Diseño curricular, metodologías activas, inglés valorado; Excel básico; comunicación, pedagogía, organización, creatividad	Jooble
15	Agente de Ventas de Turismo	Viva Cusco – Cusco (2023)	Técnico en Turismo; experiencia en ventas directas de tours	Ventas directas de tours, atención al cliente; inglés básico; ofimática básica; persuasión, trato al cliente, orientación comercial	Bumerán

Anexo C

Tabla C1. Propuesta de Referente productivo CIHU 79

Propósito principal	Procesos	Subprocesos	N°	Unidades de Competencia	Elementos de Competencia	Nivel de Responsabilidad	Puestos laborales vinculados
Gestionar servicios turísticos sostenibles, inclusivos e innovador	1.Diseñar productos turísticos sostenibles e innovadores, tomando en cuenta la oferta local, la	1.1 Investigar la oferta turística local y la demanda del mercado, mediante el uso de herramientas	1	1.1.1 Identificar atractivos turísticos naturales y culturales en un destino, considerando su valor ambiental, cultural, social, y su potencial de desarrollo sostenible	-Reconoce recursos y atractivos turísticos clave en el destino. - Evalúa el estado de conservación y accesibilidad del atractivo. - Clasifica los atractivos según tipo: natural, cultural, comunitario. - Registra información técnica y cultural de cada atractivo.	3	Asistente de desarrollo de destinos

es, alineados con las demandas del mercado, el desarrollo de las comunidades receptoras y los estándares de calidad, responsabilidad social y ambiental, generando experiencias memorables y auténticas	demanda del mercado, la identidad del negocio y la normativa vigente.	digitales y metodologías participativas para garantizar la pertinencia del producto.	2	1.1.2 Analizar la demanda y las necesidades del mercado turístico mediante el uso de herramientas digitales, mediante el uso de técnicas de segmentación de clientes y evaluación de indicadores clave para identificar oportunidades de innovación en productos turísticos.	- Identificar patrones de comportamiento del, mediante el uso de herramientas digitales de recolección de datos, como encuestas en línea, análisis de tendencias en redes sociales y plataformas de reservas, para turista. - Segmentar el mercado según perfiles demográficos, psicográficos y de comportamiento, utilizando datos obtenidos de fuentes primarias y secundarias -Interpreta datos de plataformas digitales (Google Trends, OTA. Redes sociales). -Elaborar un informe técnico con recomendaciones estratégicas para la oferta turística, basado en el análisis de datos y tendencias del mercado.	3	Analista de datos turísticos
		1.2 Elaborar propuestas de productos turísticos de acuerdo con la oferta local, las necesidades del mercado y la identidad del destino, bajo criterios de sostenibilidad	3	1.2.1 Proponer productos turísticos innovadores, sostenibles, inclusivos y accesibles, alineados a la oferta local, la demanda del mercado y la identidad del destino.	-Diseña rutas turísticas con actividades culturales, naturales y comunitarias que generen valor para el turista y el destino, teniendo un enfoque sostenible e inclusivo. -Alinear el concepto de las rutas turísticas con la identidad del negocio o destino (marca turística). -Justificar la propuesta con base en tendencias del mercado y análisis previo. -Emitir un informe técnico con la propuesta del producto.	3	Diseñador de experiencias turísticas

	y accesibilidad universal.	4	1.2.2 Estimar costos, precios y proyecciones de demanda mediante el uso de herramientas financieras, como el flujo de caja, análisis de punto de equilibrio y proyecciones de ingresos, para determinar la viabilidad económica, la rentabilidad sostenible y los riesgos asociados del producto turístico.	-Aplicar técnicas de estimación de costos directos e indirectos en productos turísticos, considerando insumos, servicios, mano de obra y gastos operativo -Determinar precios de venta basados en el costo, la demanda estimada, la competencia y el posicionamiento del producto turístico. -Elaborar proyecciones de demanda utilizando datos históricos, tendencias del mercado y escenarios de crecimiento. -Calcular indicadores clave de desempeño financiero, como el margen de contribución, el punto de equilibrio y el retorno sobre la inversión (ROI), para evaluar la rentabilidad del producto -Emite un informe con recomendaciones de rentabilidad.	3	Asistente administrativo
2. Gestionar la operación turística, garantizando el cumplimiento de estándares de calidad, buenas prácticas e inclusión en concordancia con los protocolos y	2.1 Coordinar la ejecución de los servicios turísticos contratados, asegurando la disponibilidad, calidad y sostenibilidad de los proveedores.	5	2.1.1 Organizar la prestación del servicio turístico, según itinerario, requerimientos del cliente, procesos, políticas y estándares de la empresa.	-Elabora cronogramas detallados por día, actividad y grupo. -Asigna recursos humanos y logísticos (guías, vehículos, materiales). -Comunica horarios y responsabilidades al equipo operativo.	3	Asistente de operaciones turísticas
		6	2.1.2 Administrar la contratación y supervisión de prestadores de servicios turísticos (alojamiento, transporte, guías), considerando	-Verifica licencias, seguros y cumplimiento normativo de los proveedores. -Negocia tarifas y condiciones de servicio. -Formaliza contratos con cláusulas de sostenibilidad e inclusión.	3	Asistente de gestión de proveedores

lineamientos del negocio.		sostenibilidad y normativa vigente.	-Evalúa el desempeño de proveedores y propone mejoras.		
2.2 Gestionar la ejecución de servicios turísticos y documentación de viaje, utilizando sistemas GDS (Amadeus, Sabre, Kiu) y asegurando la trazabilidad del proceso.	7	2.2.1 Operar sistemas GDS para la emisión, modificación y cancelación de reservas de servicios turísticos, asegurando precisión, trazabilidad y cumplimiento de los protocolos de la empresa.	-Emite pasajes aéreos, terrestres y marítimos en sistemas GDS (Amadeus, Sabre, Kiu). -Gestiona cambios, anulaciones y reprogramaciones en tiempo real. -Verifica la disponibilidad de cupos y tarifas antes de confirmar la reserva. -Registra todas las transacciones en el sistema con código de trazabilidad. - Aplica políticas de reembolso y penalidades según proveedor.	3	Counter de agencias de viaje
	8	2.2.2 Gestionar de manera integral la documentación del viaje, asegurando la entrega oportuna, exactitud, accesibilidad y disponibilidad para el cliente y el equipo operativo.	-Elabora vouchers detallados con horarios, puntos de encuentro, contactos y condiciones del servicio. -Genera itinerarios digitales y físicos personalizados según el perfil del cliente. -Envía la documentación al cliente vía correo, WhatsApp o plataforma segura. -Entrega copias al guía, conductor y otros prestadores de servicios. -Actualiza la documentación ante cambios en el itinerario y notifica a los involucrados.	3	Asistente de counter de agencia de viajes

	2.3 Supervisar el desarrollo del servicio turístico durante su ejecución, gestionando incidencias y asegurando la continuidad del servicio.	9	2.3.1 Evaluar la seguridad del servicio turístico, de acuerdo con posibles riesgos naturales, humanos, sanitarios y operativos para implementar medidas preventivas y correctivas.	-Realiza inspecciones preventivas en rutas y actividades. -Verifica el cumplimiento de protocolos de bioseguridad y primeros auxilios. -Coordinar con autoridades locales en caso de emergencia. - Identifica riesgos potenciales y activa planes de contingencia.	3	Supervisor de operaciones turísticas
		10	2.3.2 Controlar el desarrollo del servicio durante la operación, garantizando el cumplimiento de protocolos establecidos.	-Interviene en casos de retrasos, cancelaciones o emergencias. -Aplica protocolos de contingencia según el tipo de riesgo. -Registra incidentes en informes de seguimiento con acciones correctivas	3	Asistente de operaciones turística
3. Comercializar el producto turístico de acuerdo con la demanda del mercado, el perfil del público objetivo y la identidad del negocio	3.1 Diagnosticar estratégicamente la demanda del mercado y el entorno competitivo	11	3.1.1 Analizar la demanda turística y el entorno competitivo, mediante el uso de fuentes primarias y secundarias.	-Investigar y analizar las tendencias de la demanda turística. - Identificar las fortalezas y debilidades de productos similares, del entorno competitivo, -Diagnosticar brechas en la oferta turística que representen oportunidades de innovación.	3	Especialista en investigación de Mercados Turísticos
		12	3.1.2 Segmentar el público objetivo, según variables demográficas, psicográficas y de comportamiento.	-Clasificar al turista según edad, nacionalidad, poder adquisitivo, intereses y motivaciones de viaje. -Identificar necesidades no cubiertas y deseos explícitos del cliente. -Elaborar perfiles de cliente ideal para orientar la estrategia de comercialización.	3	Analista de Segmentación y posicionamiento

3.2 Diseñar el plan de comercialización, estableciendo objetivos, estrategias de precios, canales de distribución y mensajes clave alineados con la identidad del negocio.	13	3.2.1 Formular el plan de comercialización de acuerdo con objetivos, estrategias y tácticas alineadas con la identidad del negocio.	-Establecer objetivos de venta y posicionamiento SMART. -Definir la propuesta de valor y los mensajes clave del producto turístico. -Alinear la estrategia comercial con la identidad, misión y visión del negocio.	3	Coordinador de Comercialización
	14	3.2.2 Proyectar la estrategia de precios y canales de distribución, teniendo como base el mercado objetivo	-Elaborar una estrategia de precios competitiva, considerando costos, demanda y segmentación. -Seleccionar canales de distribución directos (página web, central de llamadas) e indirectos (OTAs, agencias, tour operadores). -Establecer condiciones comerciales (tarifas, comisiones, políticas de cancelación)	3	Especialista en Estrategia de Precios y Canales
3.3. Ejecutar activamente las campañas promocionales, canales de venta y la fuerza de ventas.	15	3.3 Administrar los canales de distribución y venta, asegurando la presencia efectiva del producto en plataformas digitales y físicas.	-Establecer acuerdos comerciales con intermediarios (agencias de viajes, tour operadores, OTAs, Booking, Expedia, web, redes sociales). -Actualiza información de servicios, precios y disponibilidad en múltiples canales. -Ajusta precios dinámicos según temporada y demanda en todos los canales. -Configurar plataformas de venta directa (página web, motor de reservas, central de llamadas). -Responde a consultas y reseñas de clientes en plataformas digitales.	3	Supervisor de canales de ventas

			16	3.4 Elaborar campañas de promoción y venta en canales digitales y tradicionales, maximizando el alcance y conversión	- Desarrollar material de apoyo para la venta (folletos, videos, contenido digital). -Implementar campañas en redes sociales, Google Ads, email marketing y eventos presenciales. -Gestionar el proceso de reserva y venta, asegurando una experiencia de cliente fluida y eficiente.	3	Ejecutivo de desempeño comercial
4.Coordinar la experiencia del cliente en entornos multicanal, garantizando la calidad del servicio, la accesibilidad universal, la atención personalizada y la resolución oportuna de incidencias	4.1 Gestionar las interacciones del cliente en múltiples canales, aplicando protocolos de servicio y protección de datos.	17	4.1.1 Canalizar consultas del cliente en múltiples canales, utilizando herramientas de comunicación y seguimiento.	-Registra cada solicitud en sistemas de gestión (CRM, PMS o formatos institucionales). -Clasifica las solicitudes según tipo (información, cotización, reserva, queja) y nivel de prioridad. -Deriva solicitudes complejas al agente especializado según el caso. -Mantiene actualizado el estado de cada interacción en el sistema. -Aplica seguimiento a compromisos acordados en interacciones previas (ej.: confirmación de cambio de vuelo).	3	Recepcionist a de call center	
		18	4.1.2 Supervisar el estado de las interacciones con el cliente, garantizando trazabilidad, resolución oportuna y cumplimiento de protocolos.	-Monitorea el cumplimiento de tiempos de respuesta en todos los canales. -Verifica que las respuestas en redes sociales sean claras y en corto tiempo. -Revisa el funcionamiento de chatbots y corrige errores en las respuestas. -Reporta incidencias técnicas al equipo de soporte. -Actualiza registros con información de resolución de incidencias o cambios en el servicio.	3	Asistente de atención al cliente	

	4.2. Adaptar la atención y gestionar reclamaciones con enfoque de inclusión, empatía y recuperación de servicio.	19	4.2.1 Personalizar la atención al cliente según su perfil y necesidades, aplicando empatía, inclusión y comunicación intercultural.	- Identifica el perfil del cliente (motivo del viaje, nacionalidad, requerimientos especiales, discapacidad, edad). -Adapta el lenguaje, tono y opciones de servicio según las características del cliente. -Aplica técnicas de escucha activa y comunicación asertiva. -Promueve servicios inclusivos y accesibles (turismo accesible, opciones sostenibles). -Mantiene comunicación activa con el cliente durante el desarrollo del servicio (pre, durante y post-viaje).	3	Agente de servicio al cliente
		20	4.2.2 Resolver reclamaciones aplicando protocolos de recuperación de servicio, ofreciendo soluciones justas y oportunas.	-Atiende reclamos con empatía y sin asignar culpas. -Clasifica la incidencia según tipo, urgencia e impacto. -Ofrece soluciones inmediatas (reprogramaciones, reembolsos, compensaciones) según políticas de la empresa. -Documenta el incidente, las acciones tomadas y el estado de resolución en el sistema de gestión. -Aplica seguimiento post-resolución para verificar la satisfacción del cliente.	3	Supervisor de atención al cliente
5. Desarrollar proyectos turísticos sostenibles e inclusivos con enfoque	5.1 Diagnosticar las necesidades del territorio y oportunidades de desarrollo	21	5.1.1 Elaborar diagnósticos del territorio turístico, aplicando herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa para	-Aplica instrumentos de investigación para recoger información del turista y la comunidad. -Organiza y sistematiza datos sobre atractivos, infraestructura, oferta turística y perfil del visitante.	3	Especialista en Diagnóstico Territorial Turístico

comunitario, articulados con actores públicos, privados y sociales.	turístico, con enfoque social, ambiental e inclusivo.		identificar necesidades y oportunidades.	-Identifica brechas en la oferta turística y oportunidades de innovación. -Elabora un informe técnico de diagnóstico con recomendaciones.		
	5.2 Diseñar proyectos turísticos sostenibles e inclusivos, alineados con la identidad del territorio y los objetivos estratégicos.	22	5.2.1 Proponer proyectos turísticos sostenibles e inclusivos, estableciendo objetivos, cronograma, presupuesto y alineación con la identidad del territorio.	-Define objetivos SMART de impacto social, ambiental y económico. -Elabora el plan del proyecto (producto, financiamiento, cronograma). -Asigna presupuesto por actividad y componente. -Justifica la viabilidad social y ambiental de la propuesta. -Integra criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el diseño del proyecto. -Diseña mecanismos de inclusión (accesibilidad, diversidad cultural, empoderamiento local). -Planifica actividades de participación comunitaria (consultas, talleres, capacitaciones). -Propone indicadores de impacto social y ambiental.	3	Coordinador de Proyectos Turísticos
	5.3 Evaluar su impacto, asegurando el cumplimiento de objetivos y la calidad del servicio.	23	Evaluar el impacto del proyecto turístico, aplicando indicadores de sostenibilidad, inclusión y desarrollo local.	-Mide el impacto social (empleo, ingresos, empoderamiento). -Evalúa el impacto ambiental (huella ecológica, conservación). -Analiza la satisfacción de los beneficiarios y turistas. -Elabora un informe de evaluación con recomendaciones para la replicabilidad del proyecto.	3	Analista de Impacto Social y Ambiental

Nota. El Referente productivo, ha sido elaborado teniendo como base el análisis descrito en el presente trabajo y validado por un equipo de profesionales del sector

Anexo D.

Tabla D1. Propuesta de Unidades de competencia e indicadores de logro para elaboración del programa de estudios

ORGANIZACIÓN SECTORIAL	
Sector económico:	Actividades profesionales, científicas y técnicas

Familia productiva:	Servicios prestados a empresas
Actividad económica:	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos y servicios de reservas y actividades conexas
Denominación del programa de estudios:	Administración turística
Nivel formativo:	Profesional técnico
Créditos:	120
Número de horas:	2550
Unidad de competencia	Indicadores de logro
Unidad de competencia N° 1: Diseñar productos turísticos sostenibles e innovadores, tomando en cuenta la oferta local, la demanda del mercado, la identidad del negocio y la normativa vigente.	- Diagnostica el estado de conservación y accesibilidad de los recursos turísticos, aplicando normativas nacionales e internacionales. - Clasifica los atractivos según tipo: natural, cultural, comunitario. - Diseña rutas turísticas con actividades culturales, naturales y comunitarias que generen valor para el turista y el destino, teniendo un enfoque sostenible e inclusivo. - Estima costos, precios y proyecciones de demanda para determinar la rentabilidad del producto turístico. - Propone medidas para maximizar el impacto social y ambiental positivo del paquete turístico, en consulta con las comunidades receptoras.
Unidad de competencia N° 2: Operar sistemas GDS para la emisión, modificación y cancelación de reservas de servicios turísticos, asegurando precisión y trazabilidad.	- Emite pasajes aéreos, terrestres y marítimos en sistemas GDS (Amadeus, Sabre, Kiu). - Genera itinerarios digitales y físicos personalizados según el perfil del cliente. - Gestiona cambios, anulaciones y reprogramaciones en tiempo real. - Verifica la disponibilidad de cupos y tarifas antes de confirmar la reserva. - Registra todas las transacciones en el sistema con código de trazabilidad. - Aplica políticas de reembolso y penalidades según proveedor.

Unidad de competencia N° 3: Evaluar la seguridad del servicio turístico, de acuerdo con posibles riesgos naturales, humanos y sanitarios	- Identifica riesgos potenciales y activa planes de contingencia. - Realiza inspecciones preventivas en rutas y actividades. - Verifica el cumplimiento de protocolos de bioseguridad y primeros auxilios. - Interviene en casos de retrasos, cancelaciones o emergencias. - Aplica protocolos de contingencia según el tipo de riesgo. - Registra incidentes en informes de seguimiento con acciones correctivas
Unidad de competencia N° 4: Formular el plan de comercialización de acuerdo con objetivos, estrategias y tácticas alineadas con la identidad del negocio.	- Establecer objetivos de venta y posicionamiento SMART. - Definir la propuesta de valor y los mensajes clave del producto turístico. - Alinear la estrategia comercial con la identidad, misión y visión del negocio. - Elabora campañas de promoción digital para productos turísticos, utilizando herramientas de marketing digital (redes sociales, email marketing, SEO). - Coordinar la oferta de productos turísticos entre canales digitales y tradicionales, asegurando coherencia en precios, disponibilidad y mensaje. Interpreta métricas de desempeño (KPIs) de campañas digitales y ventas, para proponer mejoras en la oferta turística. - Utiliza herramientas digitales (Google Trends, redes sociales, plataformas de reservas) para recopilar y analizar datos de tendencias turísticas.
Unidad de competencia N° 3: Supervisar la operación de servicios turísticos, asegurando el cumplimiento de protocolos de calidad, seguridad y sostenibilidad.	- Verifica el cumplimiento de los protocolos de operación en servicios turísticos (guiado, transporte, alojamiento, alimentación). - Evalúa la seguridad del servicio turístico, identificando riesgos y aplicando medidas preventivas. - Supervisa que los horarios, rutas y servicios contratados se cumplan según lo planificado. Reporta desviaciones y propone acciones correctivas para garantizar la calidad del servicio.
Unidad de competencia N° 4: Gestionar la experiencia del cliente en entornos multicanal, garantizando usabilidad, accesibilidad y satisfacción.	- Aplica técnicas de comunicación efectiva y escucha activa para satisfacer las necesidades del cliente en contextos presenciales y digitales. - Evalúa la usabilidad y accesibilidad de plataformas digitales (web, app), aplicando normas internacionales. - Monitorea la interacción con el cliente en redes sociales y chatbots, garantizando respuesta oportuna y calidad del servicio.

	- Atiende reclamos con empatía, sin asignar culpas, y ofrece soluciones inmediatas (reembolsos, cambios, compensaciones). - Documenta el incidente y las acciones tomadas, y propone mejoras a partir del análisis de incidencias.
Unidad de competencia N° 5: Formular proyectos turísticos sostenibles e inclusivos, estableciendo objetivos, cronograma, presupuesto y alineación con la identidad del territorio.	- Define objetivos SMART de impacto social, ambiental y económico. - Elabora el plan del proyecto (producto, financiamiento, cronograma). - Asigna presupuesto por actividad y componente. - Justifica la viabilidad social y ambiental de la propuesta. - Integra criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el diseño del proyecto. - Diseña mecanismos de inclusión (accesibilidad, diversidad cultural, empoderamiento local). - Planifica actividades de participación comunitaria (consultas, talleres, capacitaciones). - Propone indicadores de impacto social y ambiental. - Emite un informe final con recomendaciones para la replicabilidad y sostenibilidad del proyecto.
Título: Profesional Técnico en Administración Turística	
Bachiller Académico: Bachiller Técnico	

Nota. Elaboración propia, realizada con la información del Referente productivo propuesto- anexo B.

ANEXO E.

Tabla E1. Benchmarking a nivel de programa en turismo de formación técnico profesional a nivel nacional

Instituciones a nivel Nacional		
Institución	ISIL	CENFOTUR
Ciudad / Distrito	Lima	Lima
Carrera	Profesional Técnico en Turismo	Administración Turística
Perfil de egreso	A través de su formación técnica en turismo, los estudiantes dominarán las siguientes capacidades: Conocimiento del sector turístico: Comprensión profunda de la industria del turismo, incluidas las tendencias actuales y futuras. Gestión de operaciones turísticas: Habilidades para planificar, organizar y supervisar diversas operaciones turísticas, asegurando experiencias de alta calidad para los viajeros. Servicio al cliente: Capacidad para ofrecer servicios excepcionales, anticipándose a las necesidades de los clientes y superando sus expectativas. Marketing turístico: Competencias para promocionar destinos y servicios turísticos, utilizando estrategias de marketing digital e impreso. Comunicación intercultural: Habilidad para comunicarse eficazmente con personas de diversas culturas y antecedentes. Planificación y desarrollo de productos turísticos: Capacidad para crear y desarrollar productos y servicios turísticos innovadores. Sostenibilidad y turismo responsable: Comprensión y aplicación de prácticas de turismo que	Al completar el programa de Administración Turística en CENFOTUR, estarás preparado para: Controlar el proceso de ventas del producto turístico, aplicando técnicas establecidas de acuerdo con la identidad del negocio y perfil del público objetivo. Contratar a los prestadores del servicio turístico, teniendo en cuenta los requerimientos del visitante (turista o excursionista), destino turístico, políticas de la empresa y la normativa vigente. Controlar la operación turística, considerando la programación del servicio contratado, las políticas de la empresa y la normativa vigente. Definir el producto turístico, conforme con los lineamientos de desarrollo turístico, las facilidades y accesibilidad, considerando el público objetivo, la oferta y la demanda del mercado y la identidad del negocio. Diseñar el producto turístico de acuerdo con las características del público objetivo, la demanda y oferta del mercado, así como la identidad del negocio.

	minimizan el impacto ambiental y promueven el bienestar de las comunidades locales. Gestión de eventos y conferencias: Habilidades para organizar eventos, desde pequeñas reuniones hasta grandes conferencias y eventos turísticos. Gestión financiera en turismo: Competencias en presupuestación, análisis financiero y gestión de recursos en el contexto turístico. Tecnologías de la información aplicadas al turismo: Dominio de sistemas de reservación, gestión de relaciones con clientes (CRM) y plataformas digitales relacionadas con el turismo.	
Certificación modular	Certificación en Promoción de Actividades Turísticas. Certificación en Gestión de Turismo de Reuniones. Certificación en Desarrollo de Servicios Turísticos y de Reuniones.	Gestión de la información turística Comercialización turística Gestión de negocios y proyectos turísticos
Grado obtenido	Bachiller Técnico en Administración de Operaciones Turísticas	Bachiller en Administración turística a nombre de la Nación
Título	Profesional Técnico en Administración de Operaciones Turísticas	Profesional Técnico en Administración turística a nombre de la Nación
Duración aprox.	3 años (6 ciclos)	3 años (6 ciclos)
Link	https://isil.pe/areas-academicas/turismo/	https://aprendeturismo.cenfotur.edu.pe/programa/administracion-turistica

Tabla E2. Benchmarking a nivel de programa en turismo de formación técnico profesional a nivel Latinoamérica

Instituciones a nivel Latinoamérica				
Institución	IIT Bahía de Banderas (TecNM)	Instituto FEI (ISIV)	Instituto Profesional Santo Tomás	Instituto Profesional IPCHILE
País	México/ Nayarit	Argentina/ Tucumán	Chile/ Punta Arenas	Chile
Carrera	Licenciatura en Turismo de Naturaleza y Aventura	Técnico Superior en Turismo	Técnico en turismo	Técnico de Nivel Superior en Turismo
Perfil de egreso	Promueve el desarrollo sustentable en el turismo fomentando el respeto a la cultura y la naturaleza con un compromiso ético. Elabora y evalúa planes, programas y proyectos turísticos integrando a las comunidades para lograr un desarrollo sustentable. Reconoce el fenómeno turístico identificando los indicadores de orden social, para coadyuvar al aumento de la calidad de la oferta turística. Preserva la cultura nacional e internacional respetando la identidad de cada región. Emprende un plan de negocios para la creación de su propia empresa fundamentada en el turismo sustentable. Reconoce y valora la riqueza ecológica de la región para la prestación de	Generar y /o participar en emprendimientos turísticos vinculados con áreas de su profesionalidad. Prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios turísticos. Crear, promocionar y gestionar información turística. Crear y gestionar viajes planeados y eventos. Guiar y asistir a viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando las estrategias de comunicación.	El egresado de la carrera Técnico en Turismo cuenta con una sólida formación para desarrollar, programar, gestionar y comercializar servicios y experiencias turísticas sustentables, orientando y asesorando a clientes según necesidades y requerimientos, empleando técnicas de excelencia en el servicio, velando por los protocolos, estándares de calidad y procedimientos de la empresa. Este técnico, además se caracteriza por ser una persona íntegra, capaz de colaborar con equipos de trabajo generando espacios de reflexión y aprendizaje de acuerdo a objetivos establecidos. Siendo capaz de resolver problemas o situaciones de diversa índole, actuando de forma comprometida con otros, el grupo y el entorno.	La o el Técnico de Nivel Superior en Turismo del Instituto Profesional de Chile, orienta su quehacer en la gestión operativa de productos, servicios, destinos y proyectos turísticos, así como en empresas del área pública o privada, incluyendo emprendimientos. Se logra desarrollar como guía turístico con manejo en idioma inglés y portugués, en atención al cliente de calidad, y como apoyo en procesos operacionales administrativos. Cuenta con habilidades y destrezas que le permiten ofrecer un buen seguimiento a la cadena de valor brindando un servicio con estándares de excelencia y calidad basado en la experiencia del usuario y una comunicación

servicios turísticos de naturaleza sustentables de forma segura. Administra recursos humanos, materiales, técnicos y financieros de empresas turísticas. Aplica el marco legal, para garantizar el funcionamiento del sistema turístico fortaleciendo la seguridad en su entorno. Aplica el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC'S) para lograr la eficiencia en el desarrollo del sistema turístico. Valora las nuevas tendencias para el desarrollo del sector turístico a nivel global

asertiva. Posee competencias para diseñar y operar programas y productos turísticos innovadores, considerando la articulación de actores del ecosistema y los recursos disponibles para un desarrollo del territorio sostenible. Es capaz de diagnosticar y planificar destinos turísticos, utilizando herramientas tecnológicas emergentes; apoyar la investigación del mercado turístico, respetando constantemente los principios de Responsabilidad Social Empresarial, acuerdos y legislaciones vigentes según el Código Ético del Turismo. Se caracteriza por demostrar compromiso y permanente consciencia social con su entorno, por la capacidad de establecer relaciones sanas de cooperación mutua con equipos multidisciplinarios, fomentando la equidad de género, la diversidad e inclusión, adaptándose con responsabilidad a las exigencias que implica el desempeño laboral y profesional, confiando en sus habilidades técnicas para participar activamente en la creación de propuestas

			innovadoras, demostrando vocación de servicio y un alto sentido ético profesional en sus labores.	
Certificaciones	-	-	Servicios de Alojamiento Turístico. Servicio de Transporte Turístico. Diseño de Servicios y Experiencia Turística. Servicio de Guiaje. Desarrollo de Oferta Turística.	Lengua Extranjera (inglés) Avanzado e intermedio Lengua Extranjera (portugués) Técnico y avanzado Desarrollo Productos Turísticos Sostenibles Gestión de productos turísticos Servicio y producción de eventos turísticos
Título	Licenciatura técnica-profesional	Técnico Superior en Turismo	Técnico en Turismo	Técnico en Turismo
Duración aprox.	4.5 años (9 ciclos)	3 años (6 ciclos)	2.5 años (5 semestres)	2.5 años (5 semestres)
Link	https://www.bahia.tecnm.mx/oferta/licenciatura-en-turismo/	https://institutofei.com.ar/tecnico-superior-en-turismo-isiiv/	https://www.ipsantotomas.cl/carreras/tecnico-en-turismo/	https://www.ipchile.cl/carreras/tecnico-de-nivel-superior-en-turismo/

ANEXO F

Cuadro Comparativo de Actualización Curricular por Ciclo y Módulo de Certificación

F1. Módulo I- Gestión de la información turística

Certificación modular	Ciclo	Plan vigente	Carga horaria		Propuesta	Carga horaria	
Módulo I: Gestión de la información turística	I	Asignatura	HC	C	Asignatura	HC	C
		Introducción a la Actividad Turística	32	2	Fundamentos del Turismo Sostenible	64	4
		Patrimonio Cultural y Natural	64	3	Patrimonio Turístico: Recursos y Valoración	32	2
		Geografía y Sistemas de Información Geográfica	64	3	Geografía Aplicada al Turismo y SIG	64	2
		Primeros Auxilios y Supervivencia	32	1	Administración Turística Básica	64	3
		Administración General	64	3	Comunicación y habilidades de Interacción	32	1
		Comunicación y Búsqueda de Información	64	2	Sistemas de Información Turística	64	2
		Introducción al Inglés	96	4	Inglés I	96	4
		TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	416	18	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	416	18

Ciclo	Plan vigente	Carga horaria		Propuesta	Carga horaria	
II	Asignatura	HC	C	Asignatura	HC	C
	Contabilidad aplicada	64	3	Gestión de la Calidad y Certificación Turística	64	3
	Programación de Circuitos Turísticos	80	4	Legislación Aplicada al Turismo Sostenible	64	3
	Análisis Crítico de la Historia del Perú y el Mundo	64	3	Emprendimiento Turístico Básico	64	3
	Economía Aplicada al Turismo	48	3	Contabilidad Aplicada al Turismo	64	3
	Etiqueta e Imagen Personal	32	1	Gestión de Seguridad y Riesgos en Destinos Turísticos	32	2
	SITUACIONES REALES DE TRABAJO 1- SRT1	64	2	Inglés II Básico	96	4
	Inglés Básico	96	4	SRT1	64	2
	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	448	20	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	448	20

F2. Módulo II- Comercialización turística

Certificación modular	Ciclo	Plan vigente	Carga horaria		Propuesta	Carga horaria	
		Asignatura	HC	C	Asignatura	HC	C
Módulo II: Comercialización turística	III	Sistemas Globalizados de Información GDS	64	2	Marketing y Comercialización Turística	64	3
		Marketing Turístico	80	4	Investigación de Mercados Turísticos	80	3
		Diseño y Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos	64	3	GDS y Tecnologías Aplicadas al Turismo	80	3
		Legislación Turística	64	3	Habilidades Directivas para el Turismo	48	2
		Gestión Sostenible del Patrimonio	64	3	Contabilidad Aplicada al Turismo	64	3
		Inglés Pre Intermedio	96	4	Experiencia del Cliente (CX) en entornos multicanal	64	3
		Análisis e interpretación de datos	64	2	Inglés III Pre-Intermedio	96	4
		TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	496	21	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	496	21
	Ciclo	Plan vigente	Carga horaria		Propuesta	Carga horaria	
		Asignatura	HC	C	Asignatura	HC	C
	IV	Gestión Comercial de Servicios Turísticos	48	3	Gestión de la Calidad y Certificación Turística	48	3
		Costos y Presupuestos	80	4	Análisis de Datos y Business Intelligence	64	4
		Gestión de Talento Humano	48	3	Documentación Visual digital en turismo	32	1
		Customer Experience	48	2	Organización de Eventos Turísticos Sostenibles (RICE)	80	3
		Innovación y Pensamiento Disruptivo	64	3	Taller de Tesis I: Formulación del Proyecto	64	4
		SITUACIONES REALES DE TRABAJO 2- SRT2	128	4	Inglés IV Intermedio	96	4
		Inglés Intermedio	96	4	SRT2	128	4
		TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	512	23	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	512	23

F3. Módulo III- Gestión de negocios y destinos turísticos

Certificación modular	Ciclo	Plan vigente	Carga horaria		Propuesta	Carga horaria	
		Asignatura	HC	C	Asignatura	HC	C
Módulo III: Gestión de negocios y destinos turísticos	V	Service Quality Management (SQM)	64	3	Gestión de Operaciones Turísticas	64	3
		Gestión de Operaciones Turísticas	64	3	Ética y Sostenibilidad Empresarial	48	2
		Organización de Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos (RICE)	80	3	Innovación y Desarrollo de Proyectos Turísticos	64	3
		Gestión en Organizaciones Gubernamentales	64	3	Turismo Comunitario y Liderazgo Intercultural	64	3
		Gestión de Destinos Turísticos	80	4	Tendencias Globales en Turismo	80	3
		Inglés Especializado	96	4	Taller de Tesis II: Desarrollo del Proyecto	64	3
		Ética y Liderazgo para el Desempeño Gerencial	32	1	Inglés V	96	4
		TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	480	21		480	21

Ciclo	Plan vigente	Carga horaria		Propuesta	Carga horaria	
	Asignatura	HC	C	Asignatura	HC	C
VI	E-Commerce & Marketing Digital	80	4	Entrepreneurial Development	96	6
	Planificación del Turismo	64	3	Tecnologías Emergentes en el Turismo	80	5
	Investigación Aplicada al Turismo	80	4	Costos y Presupuestos para Proyectos Turísticos Sostenibles	96	4
	Proyecto de Intervención Comunitaria	64	3	Gestión de la Sostenibilidad y Resiliencia en Destinos	80	3
	Entrepreneurial Development	96	4	Taller de Tesis III: Sustentación y Publicación	128	6
	SITUACIONES REALES DE TRABAJO 3- SRT3	192	6	Inglés VI Avanzado	96	4
	Desarrollo de Proyectos Turísticos en inglés	96	4	SRT3 (Situaciones Reales de Trabajo III)	192	6
	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	864	34	TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	864	34

