

EL PLAN ESTRATÉGICO DE CANATUR

Hace muy poco, APTAE, a través de su presidente, recibió el honroso encargo del Consejo Directivo de CANATUR, de asumir la coordinación de la formulación del Plan Estratégico de la Cámara.

El proceso se ha iniciado formalmente el 26 de agosto, con el desarrollo del primer taller de planificación de CANATUR, que contó con la participación de más de 20 representantes del sector privado turístico. En dicho taller se formuló, consensualmente, la propuesta de VISIÓN del gremio de gremios del turismo peruano, así como también las ESTRATEGIAS que permitirán alcanzarla y la MISIÓN que sustentará su plan institucional.

A partir del 31 de agosto, el documento de síntesis del taller ha sido distribuido a todos los asociados de CANATUR y se acogerá sus sugerencias hasta el 11 de setiembre. La idea de fondo es respetar el consenso más amplio de quienes integran la Cámara y así, progresivamente, articular una secuencia lógica y viable de acciones y actividades que correspondan al interés conjunto del gremio y a la conquista de la mayor representatividad e incidencia posibles.

Representatividad e incidencia son las palabras clave del plan. CANATUR deberá expresar a todos los gremios subsectoriales y a todas las cámaras regionales que, a su vez, deberán ser representativas en sus respectivos espacios territoriales. CANATUR deberá igualmente constituirse en referente de opinión ante el sector público y privado y, por tanto, sus puntos de vista deberán ser escuchados y recogidos por las autoridades políticas y por otros gremios empresariales.

En la medida de su representatividad, en la medida de su incidencia, CANATUR gozará del respeto de la sociedad peruana y ese es el propósito principal del plan. Construir una institucionalidad sólida del sector privado turístico en el Perú.

Por eso, además de representatividad e incidencia, se proponen otras dos estrategias: gestión del conocimiento y servicios de desarrollo empresarial para los asociados. Lo que diga CANATUR, a partir de su plan estratégico, estará firmemente sustentado en el conocimiento acumulado por el sector privado, técnicamente formalizado por los socios académicos y afines de la Cámara. Las universidades y las firmas consultoras que forman parte de CANATUR serán ahora protagonistas de la producción y difusión del



conocimiento sectorial. Su rol será vital. Y del mismo modo, los asociados líderes, con competencias específicas, podrán -y deberán- hacer transferencia de esas competencias a todo aquel otro asociado que así lo requiera, del mismo modo a entidades no asociadas que tengan interés en el desarrollo turístico así como al público en general.

CANATUR será un faro de competitividad y de sostenibilidad. En esa lógica avanza su plan estratégico.

Quizá lo último que podemos decir ahora es que el plan será breve y puntual y que tendrá un tablero de control, con indicadores, metas, plazos y responsabilidades. Será un documento viable y evaluable. He allí la base de su ejecución exitosa.

La ruta del planeamiento serio, consensual y eficiente, es la ruta de la institucionalidad. Nada de mamotretos ilegibles. El plan estratégico de CANATUR deberá ser un modelo de concreción y deberá estar concluido, como mucho, en noviembre de este mismo 2015.