

## Educación Profesional en turismo

Loreto Damm M.<sup>1</sup>

### I. INTRODUCCION.

Sin lugar a dudas, el Turismo es una actividad que año tras año va adquiriendo mayor relevancia en la economía de los países. Hace ya veinte años, el futurista Herman Kalm predijo que el turismo sería la industria más grande del mundo para el año 2000.

En Chile, año tras año el flujo turístico experimenta un incremento significativo. En los últimos 8 años las exportaciones de servicios turísticos han aumentado en un 8.48% anual. Por otra parte, el arribo de turistas extranjeros ha crecido a un ritmo de 11.6% al año.

Según John Fletcher (1989): "El turismo es la actividad más importante del sector servicios de todo el mundo y para muchos países es de creciente importancia a nivel económico puesto que representa una fuente de ingresos de moneda extranjera y de ganancias y de trabajo".

En estos tiempos, en que existe una indudable tendencia a la globalización y en que los cambios tanto culturales como tecnológicos son cada vez más rápidos, resulta imperioso el tener una capacidad de adaptación que esté acorde a la velocidad del cambio. Esto implica que para todos los sectores, incluyendo por tanto al sector turismo, estas nuevas tendencias tienen consecuencias relevantes tanto en materias como su investigación así como también en su gestión, operación y sin lugar a dudas en su enseñanza.

En el turismo se hace necesario mejorar la calidad de nuestro producto turístico, así como adoptar las políticas de marketing para poder competir con otros destinos. Por otra parte, la competencia dentro del mercado nacional, entre los distintos destinos domésticos y entre las diversas empresas que conforman la oferta turística, hace imperante aumentar la productividad y eficacia de las organizaciones del sector, lo que supone un aumento en la eficiencia de los trabajadores. Para esto, indudablemente, la educación de quienes se desempeñarán en el

---

<sup>1</sup> Profesora del Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile

sector juega un rol importantísimo. Según Ritchie, B. (1992) "es posible que un destino, independientemente de su potencialidad para ser explotado, sea competitivo dentro del mercado turístico mundial si los líderes dirigen de manera apropiada y efectiva el desarrollo; si los empresarios aseguran la proporción de experiencias de alta calidad y eficaces en función de los costos; si el personal de primera línea se relaciona con el turista de manera efectiva, íntegra y amigable".

Ahora, ¿qué es necesario para lograr esto? Probablemente la respuesta pase por el tema de la educación. Educar de manera adecuada a quienes forman parte del sistema turístico, generando en ellos una visión amplia del sector, que los capacite para gestionar de manera adecuada e integral con un criterio largo placista al turismo, es una tarea fundamental. En este sentido, en Chile han surgido numerosos centros de educación que imparten carreras relacionadas al turismo. Estas van desde carreras muy operativas hasta carreras profesionales impartidas por algunas universidades. Todas ellas deberían dar a los futuros profesionales del sector las herramientas necesarias para afrontar los desafíos del turismo.

El presente artículo, tiene por objeto exponer los actuales problemas que enfrenta la educación profesional en turismo, aportando herramientas generales respecto a la educación universitaria que sirvan como base para la propuesta de una solución global a los problemas.

Antes de abordar el tema específico del turismo, sería conveniente analizar algunos conceptos generales de la educación universitaria, que nos ayuden a comprender mejor la relevancia de la formación profesional en turismo.

## **11. UNIVERSIDAD, FORMACION Y PERFIL PROFESIONAL.**

Analicemos algunas definiciones:

"Universidad, es una institución de educación superior que en cumplimiento de sus funciones debe realizar fundamentalmente: Investigación, Docencia y Extensión, las cuales deben atender adecuadamente los intereses y necesidades del país y la región donde está inserta" (Gutiérrez, 1990).

"La Universidad tiene como función nacional, formar profesionales, es decir, en cuanto generan los recursos humanos de alto nivel de cada país. También realizan la tarea de investigación científica general y realizan una comunicación intelectual entre ellas. Además deben realizar una difusión del conocimiento sobre las capas de la población, lo cual debería ser una preocupación permanente de centros de estudios superiores" (Barrera, 1969).

Estas definiciones nos sugieren tres funciones principales. La primera, la investigación, dice relación al permanente perfeccionamiento de los docentes, a la actualización de sus conocimientos, a la profundización de determinadas áreas del saber, a la creación de nuevas teorías concordantes con la realidad y, en general, a todas las actividades tendientes a aumentar la calificación tanto de los educandos como de los educadores, a la vez de contribuir al desarrollo de las diferentes áreas del conocimiento y por ende al desarrollo local, regional y nacional.

Por otra parte, la función de extensión se relaciona a la interacción de las universidades con su medio. La idea es integrar los conocimientos con las necesidades presentes en la comunidad.

Por último, tenemos la función docente, la cual dice referencia a la formación profesional de los alumnos.

Cada universidad puede tener sus propios objetivos, dependiendo tal vez de las políticas y en general de la propia cultura del país en que se encuentran. Pero probablemente, las tres funciones anteriormente descritas sean más bien universales debido a que toda universidad debería contribuir fuertemente a la formación de profesionales competentes cuya preparación concuerde con las necesidades del medio en que esta inserta.

Ahora bien, detengámonos en la última de las funciones descritas: la función docente.

Dijimos que esta se relaciona a la formación profesional de los educandos. Pero, ¿qué se entiende por formación profesional?

"El proceso de formación de profesionales es aquel que se desarrolla al interior de una escuela, inmersa en una comunidad, y que está destinado a producir personas idóneas, capaces de satisfacer necesidades de esa comunidad" (Cristoffanini, 1987).

Esta definición nos evoca nuevamente la idea de que los educandos deben recibir las herramientas necesarias para que una vez egresados obtengan una inserción realmente eficaz en el mundo laboral. No obstante esto, es necesario destacar que si bien la idea es que la formación profesional debe permitir al estudiante encontrar un lugar de trabajo en el mundo laboral que es cada día más cambiante, exigente y competitivo, esto no quiere decir que la universidad sólo deba poner el énfasis en eso: el mundo del trabajo, ya que ésta no puede dejar de lado ni ignorar lo que es su propia esencia, como lo es "el desarrollo del pensamiento analítico, la percepción de la belleza, el pensamiento sintético, la confianza y seguridad en la propia inventiva" (Gutiérrez, 1990).

Es decir, debe entregarse al alumno sólidos conocimientos respecto a su área de estudio, amplios conocimientos culturales, capacidad de discernimiento y profunda reflexión, capacidad creadora, valores y en general todo aquello que tienda a hacer de él no sólo competente, sino también íntegro.

En general, todo proceso de formación profesional debería tender a entregar las herramientas necesarias en virtud de un perfil previamente determinado.

"Todo perfil bien estructurado debe describir las competencias básicas que requiere el ejercicio de la profesión, entendiéndose por competencia aquellas capacidades aprendidas en el proceso de formación" (Gutiérrez, 1990).

Se puede decir que "un perfil profesional determina el marco de desempeño deseable y esperado del futuro profesional en su medio real y constituye la línea orientadora para la planificación, desarrollo y evaluación de un plan de estudio y los programas del curso" (Cristoffanini, 1987).

En otras palabras, el establecer un claro perfil profesional es una tarea fundamental para dar un objetivo claro al diseño de la malla curricular.

Ahora, la pregunta es ¿cómo diseñar el perfil profesional adecuadamente? Gutiérrez (1990) considera que en el proceso de determinación del perfil profesional debe involucrarse a todas aquellas personas que tienen relación a la formación de profesionales de un área determinada, cualquiera sea su grado de responsabilidad en el desarrollo del currículum.

Por su parte, Pfeiffer (1993) menciona la importancia de que las universidades obtengan información respecto al destino que han tenido las personas que recibieron su formación profesional en ellas.

Sin lugar a dudas que estas personas aportarán información relevante respecto a fortalezas y debilidades de la formación recibida, de las tendencias del sector en cuestión y, por tanto, de las modificaciones que deberían hacerse al currículum. Además de los egresados, los empresarios del sector constituyen otra fuente de información importante.

De este modo, la educación, vista como PROCESO educativo, obtiene la información que necesita del medio (feedback) para realizar los ajustes necesarios,

Estos aportes, más la opinión de especialistas del área, de académicos universitarios y con el soporte de la misión y principios de la universidad, pueden ayudar forma eficaz al diseño de un perfil profesional concordante a las necesidades es.

### III. EDUCACION TURISTICA.

La enseñanza del turismo, académicamente hablando, comenzó aproximadamente en la década de 1950, momento en que el turismo adquirió un acelerado crecimiento. Debido a esta rápida expansión de la actividad, la demanda de personal capacitado en el área sufrió un gran aumento.

Esta demanda fue cubierta por un gran número de profesionales de diversas áreas que influían en el turismo, tales como geógrafos, economistas, sociólogos, psicólogos, arquitectos, entre otros. Cada uno de ellos aportaba explicaciones respecto a cómo su disciplina de estudio afectaba al turismo.

Hasta ese momento, el turismo surgía de manera espontánea y sin mayor planificación. Pero a medida que pasó el tiempo y que se aceptó que el turismo era un gran negocio, nació la necesidad de crear carreras especializadas en el área, que aportara profesionales altamente capacitados para desempeñarse de manera eficiente y eficaz en el mercado del turismo.

Hoy en día, el contar con personal idóneo es un requisito indispensable para las empresas, en especial las de servicios, ya que son intensivas en mano de obra. De hecho, en el proceso de servucción a diferencia de un proceso productivo cualquiera, el cliente forma parte activa de éste. El cliente es actor y espectador de la servucción; por esta razón, el manejo de éste es una tarea en la que se debe presentar

El personal que tiene contacto directo con el usuario, es decir el PEC (personal en contacto), debe reunir ciertas características no sólo operacionales, sino también racionales que lo hagan apto para cumplir su misión de ser la cara de la empresa frente al cliente.

Esta es una materia que debe ser considerada por el administrador no sólo al contratar al personal que cumplirá dicha función, sino también al crear e implementar programas de desarrollo y capacitación dentro de la empresa turística.

Alejandro Przybylski, en su libro "Marketing de servicios turísticos" señala que dentro de los factores más significativos para el fortalecimiento del potencial competitivo de las empresas de turismo están la idoneidad, la aptitud en el manejo de los negocios, la responsabilidad, el profesionalismo y el espíritu de servicio. Todos estos factores llegan a conformar un sistema, es decir, que es más que la suma de estos. La falta de uno de ellos le resta valor a los demás, disminuyendo la calidad del servicio.

Por otra parte, el acelerado dinamismo del mundo de los negocios y las actuales tendencias del mercado, obligan a las empresas a tomar decisiones trascendentales para su

continuidad y permanencia en el mercado, tales como integraciones verticales, horizontales, diversificación de su cartera de negocios, fusiones, adquisiciones o alianzas estratégicas. Estas últimas, que han sido experimentadas por un gran número de líneas aéreas en todo el mundo y también por hoteles y tour operadores, generan cambios estructurales importantes en las empresas y las convierten muchas veces en mega-organizaciones que necesitan cada vez más personal calificado y altamente competente. Ejecutivos dinámicos, capaces de adaptarse fácilmente a los cambios, que no sólo acepten, sino que busquen nuevos y constantes desafíos, que visualicen fácilmente las amenazas y oportunidades del mercado y sean capaces de desarrollar nuevas fortalezas en la empresa, que ayuden a ser cada vez más competitiva en la industria de la cual forma parte.

Messenger (1988) considera, por ejemplo, que el gerente de un hotel ya no es solamente un buen anfitrión, sino que ha de ser un líder eficaz, hábil en operaciones financieras y directivas, capaz de asumir una amplia gama de cometidos, desde aumentar las ventas hasta proyectar un nuevo complejo de tiempo libre.

#### **IV. TÍTULO PROFESIONAL VERSUS CAMPO OCUPACIONAL.**

En este punto quisiera poner especial atención. Lo importante es distinguir en que se diferencia la educación de institutos y centros de educación técnica a la de las universidades.

El campo laboral al que acceden los alumnos de estas distintas instituciones ¿es el mismo?, ¿tendrán acceso a distintos cargos dentro de la organización? o ¿accederán al mismo tipo de cargos?

De ser así, ¿qué podría incentivar a un potencial estudiante de turismo a ingresar a una carrera por un periodo más largo y probablemente a un precio más elevado -n una universidad?

Lo cierto es que la educación universitaria, al menos en nuestro país, siempre sido considerada superior a la de los institutos.

Desde el punto de vista de la sociedad, el status de un título universitario es mayor que el del título de un instituto. Pero, más allá de eso, en un mundo tan competitivo como el de hoy, con una demanda de trabajo mayor que la oferta ¿Será el status social más importante que el campo ocupacional?

Una vez en el campo ocupacional, ¿con quiénes entrará a competir el profesional universitario en turismo?

A menudo sucede que para los puestos administrativos son preferidos otro tipo de profesionales generalmente relacionados al área de negocios y finanzas y no necesariamente relacionados con empresas de turismo. De este modo, el administrador profesional de empresas turísticas, con su título universitario en la mano, será encasillado junto con técnicos en turismo o técnicos en administración hotelera para asumir roles como recepcionistas, gobernantes, etc.

¿Es ese el campo ocupacional que las universidades esperan para sus egresados? El perfil profesional de sus carreras ¿corresponde al de un recepcionista?

Lamentablemente, muchas veces, con algunas excepciones por supuesto, ése es el panorama laboral al que deben ser expuestos muchos profesionales.

Ahora, sería bueno preguntarse que sucede con otras carreras. ¿Están todos los profesionales, independientemente de sus carreras, obligados a asumir roles operativos después de que egresan de la universidad? En la mayoría de los casos estos cargos son asumidos por ellos durante su carrera en forma de prácticas. Esta práctica, más todos los conocimientos teóricos adquiridos durante su periodo de formación profesional, los acredita como conocedores del área operativa del sector al cual pertenecen.

En el sector turístico, deberá quizás suceder lo mismo.

Bardey (1991) consideraba, hace nueve años, que debería el título universitario como pre-requisito para ingresar en la parte administrativa de un hotel.

Ahora bien, no se trata de desconocer la importancia o las ventajas de la experiencia en el puesto, pero el punto es que muchas veces los profesionales en turismo no son considerados en los procesos de selección para los niveles gerenciales, sino que son preferidos otros profesionales del área de negocios a los que no se les pide comenzar en cargos operativos.

¿Qué es lo que está sucediendo? ¿Se necesita sólo un cambio en la mentalidad del empresario? ¿O es que los profesionales no cumplen con los requisitos que estos imponen para sus cargos administrativos?

En una encuesta realizada en el Reino Unido respecto de qué es lo que los empleadores esperan respecto de los cursos de turismo (CNNA, 1992), se descubrió que éstos opinan que los cursos en materia de viajes y turismo deberían orientarse a la administración de empresas. Esto debido a que la mayoría de las empresas utilizan los mismos principios y funciones, aunque algunas de las técnicas varíen. Por otra parte, se señaló que los cursos en materia de viajes y turismo deben facilitar una comprensión general de la dinámica del sector.

En este sentido, deberíamos preguntarnos si el perfil profesional de nuestras carreras coincide o no con el perfil requerido por las empresas del sector. Y abocándonos aún más a la raíz del problema: el plan curricular de las carreras ¿apunta efectivamente al perfil del profesional que esperamos egrese de nuestras aulas? Vale la pena meditar al respecto.

## V. MULTIDISCIPLINARIEDAD DEL TURISMO.

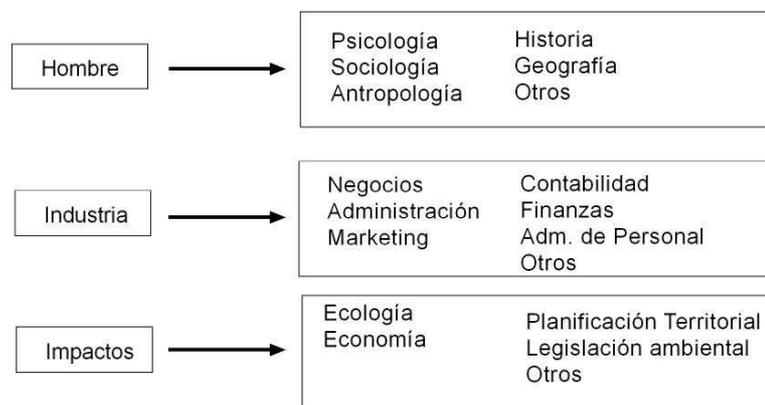
Para poder comprender en parte los problemas que se presentan en el campo de la educación en turismo, podríamos comenzar por definir la actividad en cuestión.

Definición de turismo: "El estudio del hombre lejos de su hábitat usual; de la Industria que responde a sus necesidades, y de los impactos que tanto él como la industria tienen sobre los ambientes socio-culturales económicos del anfitrión". (Jafari, J. and Brent, R, 198 I).

Esta definición evoca inmediatamente una de las características más importantes del turismo, que es su carácter multidisciplinario.

Para comprenderlo, el siguiente esquema nos muestra las diferentes disciplinas involucradas en esta sencilla definición.

**Cuadro Nº 1. Disciplinas involucradas en el sector Turístico**



Graburn y Jafari (199 1) señalan que ninguna disciplina puede abordar, tratar, o comprender por sí sola el turismo: este sólo puede estudiarse atravesando las fronteras interdisciplinarias.

De hecho, si vemos al turismo desde el punto de la Teoría General de Sistemas, que fue expuesta a comienzos de la década de 1930 por Ludwig von Bertalariffy, podemos comprender la complejidad del ámbito turístico.

Johnson (197 1) define sistema como "un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de partes que forman un todo unitario o complejo".

Esta visión globalizadora de un conjunto de elementos interactuantes supone que, a su vez, dichos elementos conforman otros sistemas menores. Puede entonces establecerse una cierta jerarquía en que cada sistema integre a otro mayor, que a su vez puede formar parte de uno más grande. En otras palabras, un sistema es un conjunto de subsistemas, que a su vez pueden estar constituidos por otros menores. Cada subsistemas está orientado a ciertos objetivos que se interrelacionan y contribuyen a formar parte del objetivo del sistema.

De este modo, si concebimos al turismo desde el punto de vista sistémico, resulta lógico pensar que si cada una de las disciplinas que lo componen es analizada en forma separada nos dará una visión parcial de este fenómeno.

Khatchikian, M., señala que el conocimiento de aspectos parciales del sistema turístico, sin referirlos a su totalidad, conduce a errores notables de apreciación.

Por otro lado, al ser el turismo un sistema abierto, es decir que interactúa con el medio externo, debe considerarse el contexto en el cual se mueve el sector. Es decir, cobran fundamental importancia las condiciones o situación económica, positiva y/o social del momento y sus proyecciones.

## **VI. CONCLUSIONES.**

Como se expuso anteriormente, todas las instancias educacionales deberían definir claramente el perfil profesional de sus carreras.

En este sentido, definir el perfil profesional de la carrera universitaria de Administración de Empresas de Turismo es una tarea fundamental, que puede aportar una diferenciación radical respecto a aquellas carreras del rubro impartidas por centros de formación técnica e institutos.

Para determinar este perfil se podría considerar la posibilidad de recolectar información de las fuentes internas y fuentes externas mencionadas en el punto 11 de este artículo.

Las fuentes y la información requerida de cada una de ellas podrían ser las siguientes:

**Fuentes internas:**

- Misión de la universidad: Esta entrega la base sobre la cual se puede establecer el perfil. Da la orientación básica para definirlo al entregar ciertos objetivos que la Universidad considera como básicos para la formación de un profesional, cualquiera sea su área de especialización.
- Misión de la carrera: Debe definirse, si no se ha definido, una misión de la propia carrera. Esta debería señalar los objetivos de ella, su filosofía, el posicionamiento que pretende tener en el mercado, etc. Si se cuenta con esta misión, podrá orientar y definir la base sobre la cual se determinará el perfil profesional.
- Opiniones de académicos: Recoger información de docentes de las diferentes disciplinas que componen la carrera resulta de utilidad, ya que ellos pueden entregar sus opiniones respecto al contenido, forma de enseñanza y criterios de evaluación, basándose en su experiencia como docentes del ámbito turístico y en sus conocimientos adquiridos respecto de las nuevas tendencias del sector.

**Fuentes externas:**

- Egresados de la carrera: Estos pueden entregar información relevante respecto a:
  - Fortalezas y debilidades de su formación,
  - Mayores desafíos enfrentados al egresar,
  - Cargos que han ocupado desde que egresaron,
  - Principales obstáculos para conseguir trabajo,
  - Tiempo que se tardaron para conseguir su primer empleo,
  - Importancia que tuvo para ellos la práctica profesional,
  - etc.
  
- Empresarios turísticos: La información que ellos pueden entregar se relaciona a:
  - Grado de conocimiento de la existencia de la carrera en la universidad, Expectativas que tienen de un profesional universitario en turismo,
  - Que profesionales tienen actualmente trabajando en su empresa (título y cargo que ocupa).

- Cuales son los atributos que considera relevantes para el personal que ocupa los cargos administrativos (cualidades, habilidades, conocimientos, etc.).
- Etc.

Para recoger esta información se debería determinar un tamaño adecuado de la muestra y definir qué método de consulta se aplicará. Sea cual sea el método seleccionado, no debe dejar de considerarse un margen de error.

Con la información recolectada probablemente se podrá obtener un criterio general que permita determinar el perfil profesional más adecuado.

Una vez definido un perfil profesional y con la información recolectada, se podrá generar un plan de estudios conformado por todas aquellas asignaturas que sean necesarias para hacer coincidir la formación profesional entregada con el perfil previamente determinado.

Al diseñar los planes de estudio se debe poner atención en lograr un balance adecuado entre los contenidos teóricos y prácticos. El criterio para definir cual es exactamente ese balance adecuado puede obtenerse de las encuestas aplicadas.

Por otra parte, debe tenderse a una integración vertical y horizontal de los distintos programas de las asignaturas que componen el plan de estudios. Todos los docentes deben conocer los programas de las distintas asignaturas e ir complementando e interrelacionando contenidos para que los alumnos tengan una visión integral de su carrera y sean capaces de comprender el fenómeno turístico como un sector multidisciplinario.

Por otra parte, no debe olvidarse que la información recogida por el mercado solo debe dar una orientación para la carrera pero no debe definirla, pues la idea no sólo es crear profesionales que tengan una rápida inserción en el mercado laboral, sino uno que además posea ciertas características humanas que lo hagan un individuo no sólo eficiente en un proceso productivo, sino uno que aporte además a la sociedad en sí.

De este modo, las carreras universitarias de turismo proveerán profesionales íntegros, no sólo con amplios conocimientos operativos y administrativos, sino con una fuerte conciencia turística. Con capacidad de ver al turismo como un fenómeno social importante, masivo, generador de divisas, generador de empleos, que fomenta la valorización cultural de un país, que favorece la preservación del medio ambiente, un sector dinámico, cambiante y capaz de contribuir de manera significativa en la economía del país.

**BIBLIOGRAFIA.**

- **Fletcher**, John y **Latham**, John (1989). "*Tourism Management*" Vol 10 No 2.
- **Brent**, Ritchie (1992). "*World Travel and Tourism Review*".
- **Gutiérrez**, Luis y **Negrin**, Luis (1990). "*Determinación del Perfil profesional del Ingeniero Comercial requerido por el medio*". Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial. UACH.
- **Barrera**, Manuel (1969). "*La Universidad Chilena. Una reflexión permanente*".
- **Cristoffanini**, Alberto (1987). "*Formación de Recursos Humanos en las Universidades*". Documento base de discusión para el IV Encuentro Nacional de la asociación de académicos de las universidades chilenas.
- **Pfeiffer**, Dietmar (1993). "*Formación universitaria y profesión*".
- **Bardley**, John (1991). *Documento presentado en Jornadas sobre formación y capacitación de recursos humanos para la actividad turística*. Valdivia, Chile.
- **Jafari**, J. and **Brent** R. (1981). "*Toward a framework for tourism education. Problems and prospects*".
- **Garbum** and **Jafari**, J. (1991). "*Tourism Social Science*" *Annals of Tourism Research* Vol 18 No 1.
- **Johnson**, R. et al (1971). "*Teoría, Integración y Administración de Sistemas*".
- **Khatchikian**, Miguel. "*La enseñanza del Turismo... ¿Grado o Posgrado?*".
- **Przybylski**, Alejandro. "*Marketing de Servicios Turísticos*".
- **Messenger**, Sally (1988). "*Curso para directivos de hostería europeos*". Trabajo presentado en la conferencia "Teaching Tourism into the 1990's" celebrada en julio de 1988 en la Universidad de Surrey (Reino Unido).
- **CNNA** (1992). *CNNA Tourism Degree Review*, Paper 3, Londres.