INTERESES PERSONALES DE LOS INGRESANTES A LA LICENCIATURA EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

ANDRIULO, M.

Universidad Nacional de Rosario

marilina.andriulo@fcecon.unr.edu.ar

Resumen. El desarrollo del Turismo en Argentina está amenazado por la falta de recursos humanos capacitados, la cual podría revertirse recurriendo a una nueva institucionalidad que promueva la interdisciplinariedad, la profundización del conocimiento y la articulación con el medio. El objetivo fue analizar los intereses personales de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) formulando una pregunta con 17 opciones, según recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT). Las más elegidas, en orden decreciente, fueron coordinar viajes (34%), trabajar en crucero/aerolínea (23%), como guía turístico (14%), en hotelería/gastronomía (12%), en la planificación de actividades turísticas (9%) y en la creación de eventos/productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas (8%). Las 11 opciones restantes se descartaron por representar menos del 5 %. Estos resultados muestran una visión muy popularizada del Turismo, apoyada en mandatos fuertemente arraigados, carentes de una concepción abarcadora y actualizada. De no atenderse, podría traer aparejados problemas de deserción temprana, de contacto con la realidad y de demanda laboral.

Palabras clave: Estudiantes universitarios; Imaginario turístico; Ambiciones

Abstract. The development of Tourism in Argentina is threatened by the lack of trained human resources, which could be reversed through a new institutional framework that promotes interdisciplinarity, the deepening of knowledge and articulation with the environment. The objective was to analyse the personal interests of those entering the bachelor's degree in Tourism at the National University of Rosario (UNR) by asking a question with 17 options, according to recommendations from the World Tourism Organization (UNWTO). The most chosen, in descending order, were coordinating trips (34%), working on a cruise/airline (23%), as a tour guide (14%), in hotels/gastronomy (12%), in planning tourist activities (9%) and in the creation of events/products/tours/tourist packages for companies (8%). The remaining 11 options were discarded as representing less than 5%. These results show a very popularized vision of Tourism, supported by strongly rooted mandates, lacking a comprehensive and updated conception. If not addressed, it could lead to problems of early desertion, contact with reality and labour demand.

Key words: University students; Tourist imaginary; Ambitions

1. Introducción

La exploración de perfiles de los estudiantes universitarios en función de su orientación motivacional es crucial para ofrecerles contenidos que potencien sus competencias académicas (de Dios Pérez,

2019). En ese contexto, sería interesante acercarse un poco más a ellos para conocer sus percepciones previas sobre el Turismo y colaborar en la expansión de su visión.

2. Marco teórico

La falta de capacitación de los recursos humanos se considera una de las principales limitaciones para el desarrollo del turismo sostenible en los países de América Latina y el Caribe (OMT, s.f.; Arocena, 2001; Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), 2019; Del Busto, 2014). La institucionalidad es clave para abordarla (Wallingre, 2010). En este sentido, la OMT (2020) recomienda la identificación de desajustes estructurales en la gestión educativa a través de investigaciones.

Para caracterizar el pensamiento estudiantil, este trabajo se basa en diversas teorías del campo interdisciplinario de las ciencias sociales, incluyendo el concepto de imaginario colectivo acuñado por Morin (1994), quien lo considera como un conjunto de símbolos y conceptos que se encuentran en la memoria y la imaginación en una variedad de individuos que pertenecen a una determinada comunidad. Cuando las personas que comparten estos símbolos toman conciencia, se fortalece el sentido de comunidad. Para a Giust-Desprairies (2004), esta emergió como una de las teorías destacadas que examinan los efectos sociales de los mensajes y las representaciones mediáticas. En relación con esto, Hiernaux-Nicolas (2002) considera que el imaginario turístico es la parte del imaginario social que se relaciona con la experiencia turística.

Asimismo, se fundamenta en una perspectiva integral para la construcción del conocimiento sobre Turismo, con el objetivo de que los estudiantes desarrollen un pensamiento complejo, multidisciplinario y crítico (Gómez Nieves 2010:2).

La implementación de las teorías mencionadas contribuirá a encuadrar el pensamiento de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR, con el propósito de generar conocimiento sobre el desarrollo turístico.

3a. Objetivo

El objetivo del presente trabajo fue analizar los intereses personales de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo de la UNR.

3b. Encuadre metodológico

En 2021, se preguntó (en forma anónima) a 78 ingresantes de la Licenciatura en Turismo cuales eran sus intereses personales vinculados con el Turismo (Tabla 1). La pregunta se realizó en la clase de presentación de una Comisión, en una asignatura del primer año de dicha carrera (Introducción al Turismo) y solo daba la posibilidad de elegir una sola opción. Dada la situación de Pandemia, se utilizó la aplicación *Google forms* bajo la modalidad *online* y respondieron, voluntariamente, aquellos estudiantes que estaban conectados. Dicha pregunta forma parte de una encuesta estructurada más amplia, que buscó contribuir a la comprensión del imaginario de los estudiantes, con el fin de construir conocimiento sobre el desarrollo del Turismo en el Gran Rosario.

El número de alumnos encuestados representó el 72% del total de los anotados a dicha Comisión y el 18% del total de estudiantes inscriptos en esa misma materia (Sistema de gestión académica de la UNR). Por otro lado, los ítems que formaron parte de la pregunta se elaboraron según las recomendaciones de la OMT (OMT, 2020).

Los resultados se expresaron en porcentaje y fueron redondeados al porcentaje de número entero más cercano. Cuando una opción representó menos del 5 % del total de las respuestas, por ser considerada no relevante, fue descartada. Luego, se recalculó el 100 % sin estas opciones.

Tabla 1. Intereses personales de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo (UNR).

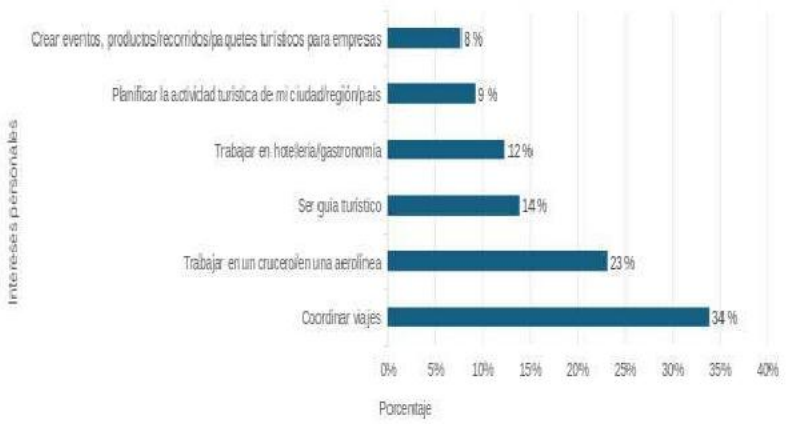
1) Coordinar viajes	2) Ser influencer del turismo *en Instagram*	
3) Ser guía Turístico	4) Planificar la actividad turística de mi ciudad/región/país	
5) Trabajar en hotelería/gastronomía	6) Colaborar en el desarrollo de políticas de Secretarías de Turismo	
7) Trabajar en un crucero/en una aerolínea	8) Programar una plataforma de reservas informática *online*, analizar datos, etc.	
9) Trabajar en la OMT	10) Tener mi propia flota de traslados (a diferentes escalas)	
11) Enseñar en institución/es	12) Redactar acerca de destinos y servicios turísticos	
13) Realizar consultorías turísticas	14) Ser Community Manager (gestionar redes y comunicación online)	
15) Analizar mercados turísticos	16) Crear eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas	
17) Proyectar turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio		

Fuente: Elaboración propia.

4. Resultados y discusión

Entre las 17 opciones utilizadas para evaluar los intereses personales, la coordinación de viajes y el trabajo en crucero/aerolínea explican el 57% del total. Les resulta menos importante, en orden decreciente, trabajar como guía turístico, en hotelería/gastronomía, en la planificación de actividades turísticas y en la creación de eventos/productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas (Fig.1). Y, prácticamente, no consideran las 11 opciones restantes.

Figura 1. Intereses personales de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo (UNR).



Las tres elecciones de mayor interés son propias del campo laboral de un técnico en turismo. Los ingresantes aún no conocen los alcances de la Licenciatura, la cual puede abarcar otras opciones como las que fueron propuestas (Gómez Nieves, 2010; Ministerio de Turismo y Ministerio de Educación, 2013; OMT, 2019). Por otro lado, las opciones elegidas representan los ámbitos de intervención más conocidos del Turismo, que indican cierta presencia de estereotipos vinculados con los viajes, el placer y la distracción (Korstanje, 2011, 2013). Esta concepción del Turismo responde a un imaginario social (Morin, 1994; Hiernaux Nicolás, 2002; Giust-Desprairies, 2004) que no considera los grandes cambios que han surgido en las últimas décadas respecto a los alcances e incumbencias que posee el Licenciado en Turismo: "tareas como planificación, programación, medición de impactos, ejecución de políticas y estrategias, control, supervisión, orientación, evaluación, asesoramiento, entre otras" (Abal et al, 2015, p. 15), reflejados en las opciones de la pregunta. De hecho, las opciones no elegidas también son consideradas muy importantes por organismos nacionales e internacionales vinculados con el Turismo (OMT, 2020; Ministerio de Turismo y Ministerio de Educación, 2013; SmArt THC LATAM, s.f.). La dicotomía existente entre sus estrechos intereses y los alcances reales de la formación universitaria en Turismo podrían tener consecuencias negativas. Entre ellas:

a) abandono de la carrera, al sentirse frustrados por no coincidir con lo que esperaban, b) pérdida de prestigio de la carrera, al asociarla a lo hedonístico y lo social y no como un ámbito para el desarrollo de competencias científico-académicas vinculadas a la creación de estrategias para fomentar el turismo en diferentes entornos y c) salida laboral limitada, al ignorar las demandas de diferentes sectores de la sociedad.

Ante esta situación, es imprescindible mejorar la difusión de los alcances de la carrera en su presentación, como podría ser el caso de la Expo Carreras, los cursillos de ingreso o una Jornada, "para reducir los altos porcentajes de estudiantes que se matriculan y no culminan su formación profesional" (Wrobel et al., 2017, p.165).

5. Conclusiones

Dada la visión acotada sobre el Turismo por parte de los ingresantes a la Licenciatura, es necesario contribuir con una mejora de la gestión educativa para romper estereotipos preexistentes y ampliar su formación y horizontes profesionales.

6. Referencias bibliográficas

Abal, A.; Cazalla, G.; Godoy, M.; Martins, A.; Soler, D.; Vaquer, L. (2015) Antecedentes de la creación del Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Buenos Aires. En Revista de la Facultad de Ciencias Aplicadas al Turismo y la Población de la Universidad de Morón.

Arocena, J. (2001). Globalización, integración y desarrollo local. Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, 581–59

de Dios Pérez, M. J. (2019). Perfiles de estudiantes universitarios y su ajuste a las metodologías de enseñanza. Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology., 1(1), 171–182.

Del Busto, E. (2014). El rol del derecho en el desarrollo del turismo. WALLINGRE, N. Y VILLAR, A. (Comps) Gestión de municipios turísticos, instrumentos básicos de acción, Cap. III. Bernal: Editorial Universidad Nacional de Quilmes, 57–90.

Gómez Nieves, S. (2010). La experiencia de un diseño curricular en turismo basado en un modelo por competencias profesionales. Estudios y perspectivas en turismo, 19(1), 139–156.

Giust-Desprairies, F. (2004). L'imaginaire collectif. Erès.

Hiernaux Nicolás, D. (2002). Turismo e imaginarios. En D. Hiernaux Nicolás, A. Cordero, y L. Van Duynen Montijn (Eds.), (pp. 7–36). San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2019). Estadísticas de turismo internacional (Vol. 3; Inf. Téc. nº. 23). Buenos Aires: INDEC.

Korstanje, M. (2011). Turismo. ciencia de la hospitalidad. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, 4(11), 1–9.

Ministerio de Educación y Ministerio de Turismo, Argentina (2013). Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en Turismo. Edición: 1, noviembre 2013.

Morin, E. (1994). Introducción al pensamiento complejo. Gedisa Barcelona.

Organización Mundial del Turismo (2019), Desarrollo del talento humano para la mejora de la competitividad de los destinos – El caso de Perú, OMT, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420766.

OMT. (2020). El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias. World Tourism Organization (UNWTO).

OMT. (s.f.). Sitio oficial. el turismo en la agenda 2030. Recuperado el 1 de agosto de 2024 de https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030.

SmArt THC LATAM. (s.f.). Habilidades y formación: Cuál es el planteamiento académico del futuro inmediato en turismo por Smart Tourism & Hospitality Consulting. Recuperado el 1 de agosto de 2023 de https://www.youtube.com/watch?v= GJG7oWc9D0.

Varisco, C. (2008). Turismo y desarrollo económico local. Aportes y transferencias, 12(1), 126–148.

Wallingre, N. (2010). Avances en la construcción del conocimiento turístico. Estudios y Perspectivas en Turismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Wrobel, Claudia; Farías, Diana y Franco, Miguel (2017). "Las trayectorias reales de los estudiantes de los dos primeros años de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (2017-2020)". Revista La Rivada 5 (9), 164-178.