

# **XIV CONGRESO AECIT**

## **RETOS PARA EL TURISMO ESPAÑOL CAMBIO DE PARADIGMA**

**Gijón, 18, 19 y 20 de noviembre de 2009**

### **Directores:**

**LUIS VALDÉS PELÁEZ  
EDUARDO A. DEL VALLE TUERO  
JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ**

### **Coordinadores:**

**JAVIER BUSTAMANTE MORENO  
ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA  
VICENTE M. MONFORT MIR  
GUILLERMO MORALES MATOS  
M<sup>a</sup> JESÚS SUCH DEVESA  
LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ  
ENRIQUE TORRES BERNIER  
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES**

© Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

© Autores

Depósito Legal: As-183-2010

ISBN: 978-84-692-8725-5

Impreso por: I. Narcea, S.L.

**SESIÓN II**  
**EMPLEO Y CUALIFICACIÓN**  
**EN EL TURISMO:**  
**RETOS PARA EL SISTEMA**  
**EDUCATIVO ESPAÑOL**



## PRESENTACIÓN

LUIS VALDÉS PELÁEZ  
Universidad de Oviedo

La importancia que tiene el turismo como rama de actividad económica dentro de la estructura productiva de España es incuestionable. Según las estimaciones de la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, la demanda final turística a precios corrientes alcanzó los 111.984,2 millones de euros en 2007, lo que equivale al 10,7% del Producto Interior Bruto (PIB) de la economía española. En cuanto al empleo, el último dato, con carácter provisional que aporta la CSTE es de 2005 y cuantifica un total de 2.475.000 puestos de trabajo en las ramas de actividad características del turismo, de un total de 20.115.000 puestos de trabajo totales en España (cuadro 1).

**Cuadro 1: Empleo de las ramas de actividad características por periodo, puestos de trabajo y ramas de actividad**

<b>2005</b>	<b>TOTAL ramas de actividad características del turismo</b>	<b>Ramas de actividad no características</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Puestos de trabajo totales</b>	2.475	17.640	20.115
<b>Personas totales</b>	2.396,5	16.870,8	19.267,3

Notas: Unidades: miles de puestos de trabajo Estimación provisional

Fuente: INE; Cuenta de Satélite de Turismo de España

Esa importancia, no ha de verse sólo desde una óptica cuantitativa, sino también desde los aspectos cualitativos. En base a esa perspectiva se contempla el empleo turístico dentro del Plan del Turismo Español Horizonte 2020, pues establece un programa específico denominado “atrayendo el talento” cuyo objetivo general plantea el “atraer, desarrollar y retener el talento dentro del sector turístico, valorizando la carrera profesional y mejorando las prácticas de liderazgo y gestión de personas” (Secretaría General de Turismo, 2007).

La primera línea de acción de este programa es la de la “Formación y empleo en el sector” en donde se pretende “Crear en el seno del Consejo Español de Turismo un sistema de seguimiento basado en la colaboración público-privado y de los agentes sociales, del empleo, la educación y la formación en el sector, que permita definir y detectar a las entidades competentes de modo permanente las necesidades en los programas y recursos de formación y en el empleo, de acuerdo con los requerimientos de la nueva economía turística” (Secretaría General de Turismo, 2007).

Por lo que respecta a la formación en turismo, en los últimos años hemos visto cómo ha ido cambiando y evolucionando, en España, en distintas vías:

- Se ha potenciado una formación profesional reglada más orientada a las empresas turísticas y a los servicios básicos que necesitan, con distintos grados o niveles de formación profesional, ciclos formativos de grado medio y superior.
- Aunque todavía con posibilidades de mejora, se han incrementado las ofertas de formación no reglada, que imparten o fomentan las propias administraciones a través del INEM y también las canalizadas a través de los agentes sociales, sindicatos y patronales, que en muchos casos demandan una formación más específica y adaptada a sus necesidades.
- De una formación superior situada fuera del marco universitario se ha pasado a una formación académica universitaria. Con la incorporación de los estudios de turismo a la Universidad en el año 1996, se ha permitido dotar al turismo de una nueva referencia en la formación e investigación en ese campo.

Con la publicación de los Reales Decretos 55/2005 y 56/2005 ambos de 21 de Enero (derogados por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre), se inició en España una nueva etapa en la formación Universitaria dentro del proceso de Reforma del Espacio Europeo de Enseñanza Superior, más conocido como Plan Bolonia. Se establece una nueva estructura de Grado y Postgrado en la que el Turismo estará presente y una metodología docente basada en la valoración del trabajo del alumno y que abre la puerta a un mayor contacto con el sector.

En este sentido, por lo que se refiere a los estudios universitarios oficiales de Postgrado en Turismo, varias Universidades españolas que pertenecen a la RED-Intur

(<http://www.red-intur.org>) ofrecen un Master en Dirección y Planificación del Turismo, donde se pretende conseguir una formación de profesionales de alto nivel para la dirección y planificación de empresas, actividades e instituciones turísticas así como la formación de expertos que orienten su carrera profesional hacia el ámbito de la investigación y el desarrollo del conocimiento en el turismo.

No obstante, todavía quedan tareas por realizar en materia de formación en turismo. Hay determinadas actividades, como son las relacionadas con el turismo activo, que demandan una formación estable y homogénea para acceder a la obtención de títulos homologables y permitan adecuarse a las exigencias de las normativas que actualmente se están aprobando en las diferentes comunidades autónomas. También está la cuestión de los guías de turismo, su formación, titulación y ámbito de actuación, esto último muy cuestionado con la aplicación de la Directiva Bolkestein o de Servicios que tiene que estar adaptada en las normativas nacionales y autonómicas a finales de este año 2009.

Por último, es preciso resaltar que si queremos avanzar en un Turismo de calidad, que dé respuesta a los retos que se plantean en su evolución, sobre todo en los momentos actuales, y dado que el turismo es una actividad intensiva en mano de obra, es necesario aumentar y mejorar la cualificación de los profesionales que trabajan en él y por ello la formación juega un papel fundamental.

Todos estos aspectos se van a tratar en esta Sesión 2 que creo que responde bien a los objetivos planteados en el diseño del Congreso, tanto por el perfil de los ponentes como de las Comunicaciones que se han recibido sobre el tema.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación ANECA (2004): Libro blanco. Título de Grado en Turismo. ANECA. Madrid.

Directiva 2006/123/CE del Parlamento y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior. DO L 37 de 27.12.2006.

Instituto de Estudios Turísticos (2009): Empleo en el sector turístico. Año 2008. [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

Instituto Nacional de Estadística. Cuenta Satélite del Turismo de España: [www.ine.es](http://www.ine.es)

Red Interuniversitaria de Turismo, Red-Intur: [www.red-intur.org](http://www.red-intur.org)

Secretaría General de Turismo (2007): Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Documento ejecutivo. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid. [www.turismo2020.es](http://www.turismo2020.es)



# **RETOS PARA EL SISTEMA EDUCATIVO EN TURISMO**

NURIA GALÍ ESPELT  
Universidad de Girona

## **1.- INTRODUCCIÓN**

Si partimos de la premisa que el turismo ha cambiado radicalmente, entonces debemos suponer que también ha cambiado la manera de enseñar el turismo. Es más, incluso podríamos afirmar que el turismo cambia a una velocidad superior que la propia enseñanza y, obviamente, esto supone un gran reto para el sistema educativo español, quién debe ser capaz de adaptarse a esta nueva situación.

Partiendo de esta hipótesis, la ponencia que se presenta a continuación pretende reflexionar en cómo el sistema formativo en turismo puede hacer frente a este cambio de paradigma.

La presentación se ha estructurado tres partes complementarias. En la primera, se presentarán de una manera simplificada y sintética varios de los grandes cambios que están afectando a la industria turística en las recientes décadas. Seguidamente, se ahondará en algunos de los retos que debe afrontar el sistema educativo español ante este nuevo marco de cambios que está acaeciendo al turismo. Finalmente, se hablará del nuevo EEES como una de las estrategias que mejor puede permitir alcanzar dichos retos.

## **2.- EL (NUEVO) EMPLEO EN EL TURISMO**

A pesar de que los cambios son múltiples, me voy a centrar en aquellos que, a mí entender, tienen una mayor incidencia en el sistema educativo. Como mínimo se evidencian cinco grandes cambios que podríamos resumir en: creatividad e innovación,

internacionalización, nuevos negocios emergentes, hiperespecialización, y del turismo al no turismo.

### 2.1.- Creatividad e innovación

Durante muchos años la profesión turística se centraba en criterios de estandarización. Existían muy pocas profesiones turísticas y muy estáticas, especialmente, porque los procesos de producción estaban muy estandarizados, muy normalizados y eran sumamente previsibles. Este modelo favorecía, lógicamente, una formación muy estructurada, precisamente por esta estandarización y regulación de las operaciones y procesos de producción.

Probablemente, uno de los primeros cambios que han acontecido en el turismo sea el paso de la estandarización a la singularidad (Donaire, 1998). Empresas y destinos turísticos buscan, constantemente, elementos, atributos, factores de diferenciación que los hagan únicos, singulares y más competitivos. Es decir, estamos asistiendo a un nuevo mercado turístico donde la creatividad y la innovación son las características imprescindibles de aquellas empresas y de aquellos destinos que quieren ser más competitivos.

### 2.2.- La internacionalización del turismo

Estamos habituados a limitar el área laboral a nuestro entorno más inmediato. Formamos a los futuros guías turísticos de nuestras ciudades. En cambio, si analizamos el mercado laboral contemporáneo (y más en turismo) se debe de romper esta dinámica, pues en un mundo global el trabajo se encuentra en cualquier parte.

Precisamente, el mercado laboral va a ser el propio mundo, principalmente las áreas que más precisan de nuestro know how y experiencia en el sector, como los grandes destinos consolidados, tal es el caso de la China (actualmente 4ª potencia turística mundial y 1ª en 2020, según estimaciones de la OMT); los grandes destinos emergentes, como el caso de los países del golfo pérsico; o destinos aún poco maduros pero con grandes potencialidades.

### 2.3.- Las nuevas oportunidades de negocios

Un tercer cambio, consecuencia del primero, es que están apareciendo ideas de negocios muy diversas. De hecho, cada vez son más los turistas interesados en consumir destinos y productos más diferentes, y esto conlleva la aparición de empresas muy heterogéneas.

Entre alguno de los negocios que nos han parecido bastante significativos están aquellos vinculados con el turismo responsable (empresas de transportes sostenibles, tour operadores que proponen viajes de integración social y cultural, alojamientos eco-

lógicos ...); negocios vinculados con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aplicadas al turismo (planificadores de viajes virtuales, QR o realidad virtual para la presentación e interpretación del patrimonio cultural...); los negocios segmentados e hipersegmentados (hoteles para gays, restaurantes para celíacos, rutas para discapacitados físicos...); las empresas vinculadas con la gestión de eventos turísticos efímeros (capitalidades culturales, festivales, mercados medievales...); y un largo etcétera de nuevos negocios que se adaptan a un mercado turístico absolutamente cambiante.

#### 2.4.- La hiperespecialización

Este cuarto cambio, se refiere a la aparición de empleos muy especializados y, por lo tanto, que requieren de un conocimiento específico de determinados temas.

Si bien es cierto, que el turismo ofrece perfiles formativos muy transversales, personas multidisciplinares, y que esto ha sido y es uno de nuestros elementos de diferenciación, un valor añadido de nuestros estudios; también es cierto que para determinados empleos y puestos concretos de trabajo es importantes una cierta especialización. En Barcelona, por ejemplo, cada vez se precisan más, guías turísticos con conocimientos muy específicos: guías de arquitectura contemporánea, guías especialistas en la Barcelona industrial del siglo XIX, guías expertos en el modernismo catalán, guías entendidos en literatura ambientada en la ciudad condal, etc.

#### 2.5.- Del turismo al no turismo

Finalmente, este último cambio se refiere a que la transdisciplinariedad de los programas formativos en turismo (esta apuesta por una formación amplia y plural desde la perspectiva de múltiples disciplinas) hace posible utilizar el know how turístico para profesiones no turísticas, al menos en apariencia.

Sirvan para ilustrar esta idea, el hecho que muchos estudiantes de turismo acaban ocupando puestos de trabajo en entidades financieras, pues dominan conocimientos vinculados con el mundo de la gestión empresarial (contabilidad, costes, matemáticas financieras, etc.); o por ejemplo, el caso de las Film Commission, empresas que proporcionan información de determinados destinos a los productores de cine. Una Film Commission realiza funciones de promoción y comercialización de un destino, simplifica atributos, combina servicios, proporciona información..., todas ellas son actividades propias del turismo. Está claro, pues, que los estudiantes de turismo pueden desarrollar profesiones no turísticas.

En definitiva, es evidente que el turismo es un sector que se encuentra en un proceso de cambio continuo y lógicamente esto afecta en mayor o menor medida a la formación turística. Veamos, ahora, cómo estos cambios aquejan al sistema educativo y cómo se pueden afrontar desde los diversos planes de estudio.

### **3.- RETOS DEL SISTEMA EDUCATIVO**

La mutación constante del turismo nos obliga a formar estudiantes que se ocuparan en un sector en constante evolución y transformación. Debemos formar profesionales que trabajaran para un turismo que todavía no existe, es decir, debemos comprometernos a formar personas creativas, emprendedoras, flexibles, especializadas, éticas, expertas en el uso de las nuevas tecnologías.... En suma, la nueva enseñanza deberá proporcionar a los estudiantes un aprendizaje más versátil, más voluble y más dúctil.

#### **3.1.- Capacidad de adaptación**

Hemos comentado que uno de los cambios que acontecen al turismo es la transformación de unas operaciones y procesos de producción que hasta hace pocos años eran muy estándares, muy definidos y muy regulados, hacía unas operaciones que varían acérrimamente, que están en permanente mutación y, por lo tanto, que precisan de un modelo formativo poco estático y en constante renovación. Ello impone la adquisición de unas capacidades, por parte de los estudiantes, que garanticen una notable adaptabilidad.

En definitiva, es necesario formar personas con capacidad de adaptarse a los nuevos cambios que van surgiendo en el sector.

#### **3.2.- Creatividad**

Igualmente, ahondando en esta idea otro de los grandes retos del sistema educativo será el de formar personas creativas. De hecho, la creatividad no se puede enseñar, sino que se trata de ofrecerles los instrumentos que les permitan tener una actitud creativa.

Para estimular la creatividad conviene inculcar el principio de la curiosidad, proponer diversidad de ejemplos, pensar en las excepciones y no en la norma, alimentar el espíritu crítico, fomentar la observación, contrastar hipótesis, estimular la diferencia, cruzar conocimientos, etc.

#### **3.3.- Emprendeduría**

Otro de los retos claves, sin duda va a ser y es la emprendeduría. Es decir, uno de los objetivos más importantes en la enseñanza superior es capacitar a los estudiantes para que sean líderes, personas con habilidades directivas, resolutivas en la toma de decisiones, en definitiva, emprendedores.

Formamos a estudiantes que tienen que ser la vanguardia empresarial y, en cambio, cuando analizamos su inserción profesional, sus aspiraciones no van más allá de la recepción de un hotel o del mostrador de una agencia de viajes, faltan dosis de ambición

empresarial. En suma, el sistema educativo universitario en turismo ha de infundir el germen de la emprendeduría, a través de las muchas asignaturas que conforman sus planes de estudio.

### 3.4.- Cambio de escala

Como resultado de uno de los cambios apuntados anteriormente, la internacionalización del sector, uno de los retos del sistema educativo será adaptar los estudios a un contexto más universal y no tan localista. Se deben ampliar conocimientos transnacionales.

Es imprescindible en un nuevo contexto global incorporar una dimensión y una mirada más internacional a los estudios. Procurar una visión geográfica a escala mundial, profundizar en el marketing de destinos lejanos, estudiar los procesos empresariales de alojamientos de otros países, conocer los sistemas de intermediación turística en otros continentes, tener una mayor predisposición a nuevos conocimientos idiomáticos....

### 3.5.- TICs

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) aún están insuficientemente implementadas en el sector turístico español. Esta situación supone un obstáculo para el desarrollo competitivo de empresas, actividades y destinos turísticos. Para subsanar estas circunstancias, es necesario dinamizar el uso de las TICs en los planes de estudio, tanto para adaptarse a nuevas necesidades laborales donde el uso de las TICs es fundamental, como para aprender a partir del uso de las TICs y convertirse, de esta manera, en un instrumento metodológico clave en la enseñanza de algunas materias (Majó, J., 2003 y Marquès, P., 2008).

No se pueden formar turismólogos sin un uso solvente de las tecnologías de la información y las comunicaciones en cualquiera de los ámbitos del turismo: empresas, destinos, cultura, información.... Para proponer un ejemplo, veamos que hasta hace poco tiempo un gestor del patrimonio cultural tenía que ser un experto en arte e historia y tener algunos conocimientos de gestión empresarial. Hoy en día, cualquier gestor del patrimonio que se precie un poco, tiene que tener amplios conocimientos culturales, ser resolutivo en la gestión empresarial, y debe saber utilizar solventemente las TICs para la presentación de dicho patrimonio, para su comercialización y distribución, para la interpretación del mismo, etc.

### 3.6.- Especializaciones

El reto de la especialización es una consecuencia directa de uno de los cambios que asentábamos en el capítulo anterior, es decir, la aparición de empleos muy especializados, que precisan de un conocimiento específico en determinados temas o para determinados puestos de trabajo.

Si el mercado requiere de profesionales con ciertas expertezas, el sistema educativo deberá abogar por un aprendizaje especializado. El acceso a dicha especialización será posible a través de las asignaturas optativas ofertadas en los diversos planes de estudio, a través de los itinerarios (especialmente, para aquellos grados que se hayan planificado con itinerarios formativos), a través de los másters y postgrados, y a través de la formación continua.

### 3.7.- Código ético

Con el último reto, se quiere plantear la necesidad de favorecer una lectura más ética y más coherente de todas las asignaturas que forman parte de la disciplina turística.

Tengo una cierta sensación que los estudios de turismo se han diferenciado entre asignaturas, por un lado, de la rama de las ciencias sociales que buscan maximizar beneficios a cualquier precio, y otras de la rama de las humanidades que, contrariamente, ofrecen una visión a veces excesivamente proteccionista. El desafío es equilibrar posturas y propiciar una lectura más ética del turismo, Así por ejemplo, las asignaturas de gestión empresarial deberían introducir temas de responsabilidad social. De hecho, enseñar es también, y debe ser, la transmisión de valores.

Estos retos encajan, a su vez, en un contexto académico de cambio: la construcción del Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES), también conocido como proceso Bolonia, que supone una singular transformación de todo el modelo educativo. Así pues, en el próximo capítulo veremos cómo algunas de las propuestas que plantea el EEES van a facilitar la consecución de los retos esbozados.

## 4.- “LA BOLONIZACIÓN” DEL SISTEMA EDUCATIVO

En el proceso de implantación del EEES, la universidad española está haciendo los pasos necesarios para garantizar que el procedimiento de convergencia europea otorgue a los estudios un perfil adecuado y singular.

La nueva estructura de los grados se acompaña de una profunda renovación de los métodos docentes, basados en un modelo de aprendizaje más activo, más dinámico, más participativo y que va mucho más allá de la simple transmisión de conocimientos. Las propuestas docentes que se exponen a continuación se sitúan en este nuevo contexto europeo.

### 4.1.- Flexibilidad

Los estudios de turismo se tienen que caracterizar por proponer módulos y asignaturas con contenidos no estancos sino flexibles, que se puedan variar en función que el turismo adopta nuevas dinámicas. Es decir, las materias deben incorporar una revisión constante de los contenidos que ofrecen, para adecuarse al sector según va evolucionando.

Existen diferentes maneras de flexibilizar los currículos docentes. La más usual es mediante las asignaturas optativas que pueden variar cada curso académico. Sin embargo, también se puede apostar por sistemas más rompedores como los diseños curriculares organizados por áreas o departamentos, de manera que los estudiantes deben cursar un determinado número de créditos de cada área.

#### 4.2.- Vinculación con el sector turístico

Una de las necesidades formativas más destacables en turismo pasa por tener un conocimiento real y profundo del sector. Para fomentar esta relación, los planes de estudio deben incorporar asignaturas como el Prácticum que obligan a los estudiantes a realizar estancias de prácticas en empresas, entidades e instituciones del sector. Por otro lado, empiezan también a programarse asignaturas que fomentan un sistema de visitas (técnicas) a empresas y organismos para conocer “desde dentro” su funcionamiento. Finalmente, son comunes también los seminarios y conferencias a cargo de profesionales, los cuáles ofrecen una visión más práctica, real, directa y cercana del sector.

#### 4.3.- Nuevas metodologías docentes

El EEES plantea la necesidad de activar nuevas metodologías de trabajo, donde el estudiante se convierte en el eje central de la enseñanza. El nuevo modelo enfatiza, particularmente, en aspectos centrados en la autonomía del estudiante durante todo el proceso de aprendizaje.

Entre algunos de estos nuevos métodos se encuentran el autoaprendizaje, las tutorías individuales y en grupos reducidos, las simulaciones, los foros de discusión y debates, el trabajo en equipo, el aprendizaje basado en la resolución de problemas (ABP), los sistemas de evaluación continua, el uso de nuevas tecnologías (moodle, e-portafolios, blogs...), incentivar sistemas de horarios flexibles, etc.

#### 4.4.- Transdisciplinariedad

La transdisciplinariedad se da cuando una misma asignatura, tema, actividad, situación, problemática... se aborda desde diferentes disciplinas. En este sentido, los trabajos finales de estudio (actualmente, el Trabajo Final de Grado), por ejemplo, permiten poner de manifiesto los diversos conocimientos que se han adquirido en las diferentes disciplinas de la carrera. También, es recomendable propiciar el diseño de asignaturas integradas por profesores de ámbitos de conocimiento muy distintos. Por ejemplo, una asignatura sobre planificación de espacios urbanos debería ser impartida y compartida por geógrafos, economistas, expertos en derecho público, publicistas, etc.

La transdisciplinariedad pretende priorizar un modelo formativo que favorezca afrontar desde multitud de ópticas las diferentes materias a tratar, para procurar una visión de conjunto.

#### 4.5.- Internacionalización

Uno de los principios básicos del Plan Bolonia es el de construir una universidad sin fronteras. Ello será posible con la internacionalización de los estudios universitarios que pasa por diferentes iniciativas como incentivar la movilidad de los estudiantes, impulsar estancias de prácticas en el extranjero, incorporar asignaturas que se impartan en otras lenguas, promover intercambios idiomáticos en el propio país, desarrollar programas de másters interuniversitarios que además permiten obtener dobles titulaciones...

La internacionalización de los programas formativos, como hemos comentado en los capítulos precedentes, se hace mucho más patente y necesaria en la formación turística, pues uno de los objetivos claves de nuestros estudios pasa por formar a estudiantes que deberán relacionarse con personas de todo el mundo.

#### 4.6.- Universidad 2.0.

Bolonia es también una universidad 2.0. No sólo se trata del uso de las TICs en el proceso formativo, sino también de la creación de entornos (wikis, nanoblogs, glosarios, foros, redes sociales...) donde los estudiantes tienen una actitud activa y se convierten en autores y editores de los contenidos de sus conocimientos.

Además, la universidad 2.0. estimula el autoaprendizaje y fomenta la actividad universitaria fuera de las aulas de clase.

En definitiva, en un contexto de cambio global la implantación del EEES se presenta como una de las estrategias válidas para garantizar una cómoda y factible adaptación a los cambios acontecidos.

### **BIBLIOGRAFÍA**

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2004): Libro blanco. Título de Grado en Turismo. Madrid: ANECA.

Cals, J. (2003): Nuevas tecnologías y educación. Barcelona: UOC [artículo on-line].

Donaire, J.A. (1998): "La reconstrucción de los espacios turísticos. La geografía del turismo después del fordismo". *Sociedade e Territorio*, 28, 3-34.

Enghagen, L.K. (1990): "Teaching ethics in hospitality and tourism education". *Hospitality Research Journal*, 14(2), 467-474.

Galí, N. (2006): Marc de treball de la docència a l'Escola Universitària de Turisme de la Universitat de Girona [documento de trabajo no publicado].

Hegarty, J.A. (1990): "Ethics in tourism and hospitality education". *International Journal of Hospitality Management*, 9(2): 106-109.

Hubert, G. (2008): "La docencia universitaria entre las exigencias de los contenidos y los procesos de aprendizaje". *Actas Congreso Univest 08: El estudiante, eje del cambio en la universidad*. Girona: Universitat de Girona.

Jafari, J. (1990): "Research and scholarship: The basis of tourism education". *Journal of Tourism Studies*, 1(1): 33-41.

Majó, J., Galí, N. y Ministrál, M. (2000): "Educación y formación en el sector turístico". *Actas del III Congreso Universidad y Empresa*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I/ Tirant lo Blanc, pp. 759-772.

Marquès, P. (2008): Impacto de las TIC en educación: funciones y limitaciones. Barcelona: UAB y DIM [artículo on-line].

Loy-Puđu, G. (1991): "Política educativa de la CEE en materia turística". IV Seminario Internacional de turismo. Madrid: ANESTUR, pp. 126-127.

OMT (2001): *Turismo: Panorama 2020 - Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Puig, A. (2006): *Los nuevos negocios turísticos*. Buenos Aires: Valletta Ediciones.

Reichert, S. y Tauch, C. (2005): *Trends IV: European Universities implementing Bologna*. Brussels: European university Association.

Reichert, S. y Tauch, C. (2004): "Bologna Four Years Later: Steps Toward Sustainable Reform of Higher Education in Europe". *European Education*, 36(3), 35-50.

Richards, G. (ed.) (1998): *Developments in the European Tourism Curriculum*. Tilberg: ATLAS.

Ritchie, J. R. B. (1992): "New horizons, new realities: Perspectives of the Tourism Educator". En J. Ritchie & D. Hawkins (eds.). *World Travel and Tourism Review*. Oxford: CAB.

Ryan, C. (1995): "Tourism courses: a new concern for new times?". *Tourism Management*, 16(2).

Smith, G. y Cooper, C. (2000): "Competitive approaches to tourism and hospitality curriculum design". *Journal of Travel Research*, 39(1), 90-95.

Sheldon, P. y Gee, C. Y., (1987): "Training needs assessment in the travel industry". *Annals of Tourism Research*, 14(2).

Tribe, J. (2001): "Research paradigms and the tourism curriculum". *Journal of Travel Research*, 39(4), 442-448.

Varios Autores (2001): "El cambio de cultura en las universidades del siglo XXI". *Educar*, 28, 147-162. Páginas web consultadas:

Espacio Europeo de Educación Superior: <http://www.eees.es/> [consulta: 12/11/2009]

European Commission - Education & Training: [http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc1290\\_en.htm](http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc1290_en.htm) [consulta: 10/11/2009]

Conferencia de Rectores de la Universidades Españolas (CRUE): <http://www.crue.org/crue/> [consulta: 10/11/2009]

Instituto de Estudios turísticos: <http://www.iet.tourspain.es/> [consulta: 12/11/2009]

Ministerio de educación: qué es Bolonia <http://www.queesbolonia.es/> [consulta: 10/11/2009]

Organización Mundial del Turismo: <http://www.unwto.org/index.php> [consulta: 12/11/2009]

Tourism Education: <http://www.tourismeducation.org/> [consulta: 10/11/2009]



# EMPLEO Y CUALIFICACIÓN EN TURISMO

ANTONIO GARCÍA SÁNCHEZ  
Universidad Politécnica de Cartagena

## 1.- INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las más importantes actividades a nivel mundial en la generación de empleo y riqueza. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) esta actividad económica genera en la actualidad más de 75 millones de puestos de trabajo directos y ofrece, en todo el mundo, una vía de acceso al mercado de trabajo. En este sentido, el turismo representa en torno al 6-7% del empleo mundial.

Como es bien sabido, España es una potencia mundial de primera magnitud tanto en el número de turistas recibidos como de ingresos generados por la actividad turística. Consecuentemente, el turismo representa en la economía española el 10,7% del PIB, el 12% del empleo del país y cubre más del 60% del déficit comercial de la economía española. Sin embargo, nuestro conocimiento de la actividad turística y en particular del empleo en turismo, por razones que escapan a la dimensión y objetivo de este trabajo, no están acorde con la significativa importancia relativa del turismo y su empleo en la economía española.

En las líneas siguientes de este trabajo se pretende analizar la situación y coyuntura del empleo turístico en España que, como era de esperar, no está al margen de lo que acontece en la economía mundial y nacional. El objetivo es conectar posteriormente lo que sucede con el empleo en turismo, y en particular las características de éste, con la formación del sector y poner algo de luz sobre una dinámica empleo/formación que ayude a entender los retos del sector y la adecuación de la oferta formativa existente a las necesidades del mercado turístico español que debe emerger de la actual crisis económica.

De esta forma en el apartado 2 se determina y caracteriza la ocupación que denominamos empleo del sector turismo y se comentan y analizan las principales características de los casi dos millones y medio de empleados que en la actualidad registra el sector turismo. La evolución reciente del empleo del sector y los elementos significativos de éste ocupan la última parte de este apartado que pretende sentar las bases para comprender posteriormente la relación empleo/formación en la actividad turística.

En el apartado 3 se analiza cómo es la formación de los empleados en el sector y en que medida ésta satisface los requerimientos de los empleadores. Se analiza y relaciona la oferta formativa existente para el sector y se determinan, en nuestra opinión, los principales retos a los que se enfrenta el turismo en el ámbito de la formación. Finalmente, el apartado 4 termina esta contribución determinando las principales conclusiones derivadas de todo lo anterior.

## **2.- EL EMPLEO EN TURISMO: PROBLEMAS DE SU DELIMITACIÓN Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN**

Cuando pretendemos conocer con detalle las principales características del empleo relacionado con la actividad turística en España, la primera advertencia que debemos realizar es que no disponemos de fuentes estadísticas que nos permitan indicar con precisión, al menos similar a la que existe para otros sectores o ramas de actividad de la economía española, el empleo del turismo.

Efectivamente, en la actualidad y gracias a las buenas estadísticas de empleo disponibles en nuestro país, somos capaces de señalar con bastante precisión el empleo que registran sectores como el transporte, la educación o la industria textil por poner sólo unos ejemplos. Sin embargo, para el caso concreto del turismo, sólo contamos con una estimación consistente en contabilizar como empleo turístico el existente en ciertas ramas de actividad inicialmente más asociadas, que otras, a la actividad turística.

Consecuentemente, se entiende como empleo turístico al registrado en las ramas de actividad siguientes (utilizando la CNAE 2009): hostelería (que reúne tanto los servicios de alojamiento como los servicios de comidas y bebidas), transporte de pasajeros, agencias de viajes y operadores turísticos y otras actividades recreativas, artísticas y de espectáculos relacionadas con el turismo (Instituto de Estudios Turísticos, 2009b).

Como el lector fácilmente habrá deducido, nuestro cálculo sobre el empleo del turismo es una aproximación en la que “ni están todos los que son, ni son todos los que están”. De hecho, hay parte del empleo adscrito a ramas de actividad, como el comercio, que debería registrarse y sin embargo no se hace, como empleo del turismo, dado que la mayor parte de la facturación de esas empresas o negocios, procede de clientes no residentes:

tiendas y comercios de recuerdos y detalles en rutas urbanas típicamente transitadas por turistas, comercio orientado a satisfacer necesidades de los que se alojan fuera de su residencia, etc. Por el contrario, no todo el empleo que contabilizamos registrado como del turismo debe tener esa consideración: por ejemplo, en los servicios de comidas y bebidas se encuadran establecimientos que no tienen relación con la actividad turística.

Por tanto, debemos empezar estas líneas destinadas a analizar el empleo advirtiendo que lo que vamos a señalar a continuación, y lo que el lector encontrará en otros informes similares, como empleo del sector turismo, es una estimación que en unos casos infraestima el valor del empleo turístico, “no están todos los que son”, y por otro lado sobreestima ya que “no son todos los que están”.

A continuación, y con la salvedad anterior, y a partir de la explotación específica del Instituto de Estudios Turísticos (IET) de la Encuesta de Población Activa (EPA) que realiza el Instituto Nacional de Estadística (INE) podemos analizar la evolución de las principales magnitudes del mercado de trabajo del sector turismo.

En este sentido, debemos hacer una segunda puntualización relacionada ésta con el cambio metodológico acaecido recientemente en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de CNAE93 a CNAE09.

Como consecuencia de este cambio, se mejora la delimitación y precisión de las actividades consideradas como turísticas, y particularmente ha permitido separar el empleo adscrito a “transportes de mercancías” reduciendo la sobreestimación que por este concepto se hacía del empleo turístico con la CNAE93. Por el contrario, los datos del empleo del sector turismo del año 2009 sólo son comparables con el año 2008 pero no con ejercicios anteriores y esta comparación es posible gracias a que el IET dispone de los microdatos con ambas CNAES para 2008 y 2009 y esto le ha permitido elaborar una serie CNAE09 que comienza en 2009 pero con tasas de variación interanuales respecto a un 2008 con CNAE09.

Por tanto, y tras las precisiones anteriores, señalar en primer lugar que con la última información disponible la población activa en turismo en España es de unos 2,6 millones y está aumentando durante el periodo de crisis que está registrando la economía española, en mayor medida que la población activa del conjunto de la economía nacional. De hecho, la variación interanual de la población activa en turismo tanto en segundo como tercer trimestre de 2009 ha sido decididamente positiva (3,6% y 1,8% respectivamente) y por tanto claramente superior a lo acaecido para el conjunto de la población activa española que registra leves disminuciones durante la fase recesiva del ciclo que estamos viviendo.

El mayor dinamismo de la población activa en turismo que en el conjunto de la economía española nos indica que el sector turismo, que durante la fase de auge económico

fue un sector de acceso al mercado de trabajo por parte de muchos de los nuevos entrantes (jóvenes, inmigrantes y mujeres) está comportándose durante 2008 y 2009 como sector de actividad refugio. De esta forma, el sector turismo está claramente recogiendo no sólo nuevos entrantes, como sucedió durante la fase alcista del ciclo, sino adicionalmente desempleados procedentes de otros sectores de actividad y que llaman ahora a las puertas de las empresas turísticas para solicitar un empleo que, consideran más factible que en el sector donde desempeñaron su último empleo. Este mayor dinamismo de la población activa en turismo es aún más destacable cuando constatemos a continuación, el mal comportamiento que está registrando últimamente el empleo del sector.

Los ocupados del sector son unos 2,4 millones en el tercer trimestre de 2009, año éste que está siendo sin duda un mal ejercicio como media para la facturación de las empresas turísticas. Consecuentemente, la variación interanual del empleo en turismo en el segundo trimestre de 2009 fue del -1,8%, mientras que la variación interanual del tercer trimestre ha sido más acusada y es ya del orden del -2,5%. No obstante, a nivel agregado el conjunto de la economía española está registrando caídas aún más grandes en el empleo (-7,26% de variación interanual a tercer trimestre de 2009) pero por el contrario el turismo está mostrando un preocupante crecimiento en la destrucción de empleo mientras se ralentiza en otros sectores de actividad. La crisis al sector turístico parece haber llegado posteriormente pero es durante 2009, cuando se está manifestando con una intensidad creciente.

El descenso registrado en el empleo del turismo tiene por un lado un componente estructural (agencias de viajes) que se viene constatando desde hace ya varios ejercicios y otro coyuntural (hostelería y restauración) durante 2009 como consecuencia de la crisis económica. La mayor caída porcentual se registra en el empleo de las agencias de viajes, que registra continuadas y notables caídas desde hace ya varios ejercicios como consecuencia de la creciente implantación de las nuevas tecnologías que ha modificado sustancialmente la intermediación entre oferentes y demandantes de servicios turísticos. Adicionalmente, el mal ejercicio que sin duda está siendo el año 2009 en cuanto a ocupación y sobre todo facturación está generando descensos en el empleo de los servicios de alojamiento y sobre todo en los servicios de comidas y bebidas. Únicamente el empleo asociado al transporte de pasajeros y otras actividades turísticas está manteniendo un comportamiento ligeramente positivo.

En lógica relación con lo señalado anteriormente, crecimiento de la población activa y descenso del empleo, el número de parados del sector del turismo (unos 330 mil) aumentan decididamente durante el año 2009. No obstante, la tasa de paro en turismo es del 12,9% y todavía inferior a la de la economía española en su conjunto (17,9%) pero, ya claramente superior a la del sector servicios que se encuentra en el 9,4%.

Los 2,3 millones de empleados en el sector turístico representan, como anteriormente señalábamos, el 12% de los trabajadores actualmente ocupados en España. Las

actividades turísticas que emplean más trabajadores son los servicios de comidas y bebidas que dan empleo a 1,14 millones de trabajadores y a cierta distancia los servicios de alojamiento que emplean a 381 mil trabajadores y el transporte de pasajeros en el que se emplean 287 mil trabajadores.

El empleo turístico en España es un empleo con una mayor participación de los trabajadores autónomos que en el conjunto de la economía española. Esta mayor relevancia relativa de los autónomos se explica por su mayor presencia en los subsectores del transporte de pasajeros y en servicios de comidas y bebidas. En la economía española la tasa de asalarización es del 82,9% mientras en turismo es del 79,2%. Si anteriormente señalábamos que el empleo en el sector ha caído en los últimos doce meses un 2,5%, entre los asalariados del sector el descenso ha sido algo menor 2,1%. Este comportamiento menos desfavorable del empleo asalariado es consecuencia de que el mayor ajuste se está dando en servicios de comidas y bebidas y agencias de viajes en los que la presencia de autónomos es superior, especialmente en el primero de ambos.

Respecto al tipo de contrato que tienen los asalariados, es bien conocida la mayor participación de contratos temporales sobre el total de asalariados que registra el mercado de trabajo español (25,85%) cuando se le compara con la temporalidad existente en otros países de la Unión Europea que de media ronda el 10%. Este mayor recurso a contratos temporales en el mercado de trabajo en España se incrementa aún más cuando lo analizamos estrictamente en el sector turístico dado que el 34,1% de los empleados del sector en el tercer trimestre del año 2009 tenían un contrato temporal.

En relación con la jornada laboral, el empleo a tiempo parcial en la economía española representa el 12,3% mientras el recurso al empleo a tiempo parcial en el sector turismo es claramente mayor dado que entre los asalariados del sector aquellos con contrato a tiempo parcial representan el 18,3% del total del empleo asalariado en turismo.

Finalmente, respecto a la población extranjera ocupada señalar que en el conjunto de la economía española en el tercer trimestre de 2009 el 14,05% del total de los ocupados es de nacionalidad extranjera. En el turismo este porcentaje se eleva hasta el 23% pues algo más de medio millón de los ocupados actualmente en turismo son de origen extranjero.

De esta forma, las líneas anteriores nos han permitido caracterizar el empleo en el turismo frente al del conjunto de la economía española en el que el turismo representa el 12% del empleo del país. Así el empleo del sector turismo registra una participación mayor de autónomos, de contratos temporales, de extranjeros y de contratos a tiempo parcial, elementos éstos todos muy relevantes para analizar a continuación la situación de la formación de los empleados en el sector y de las actuaciones encaminadas a mejorar el ajuste de cualificaciones entre las requeridas por los empleadores y las ofertadas por los empleados.

Respecto a la participación del empleo femenino en el sector, señalar que algo más del 40% de los empleados del sector son mujeres, aunque este porcentaje aumenta significativamente cuando quitamos de la muestra el empleo del subsector transporte de pasajeros en el que el empleo masculino es muy superior al femenino (87% hombres frente al 13% de mujeres).

El coste laboral de los empleados en turismo es muy diverso pues oscilaba en 2008, según el IET a partir de la Encuesta de Coste Laboral del INE, entre el más bajo del sector, precisamente el de hostelería que estaba en los 1551,8 euros al mes y los bastante más altos que se registran en agencias de viajes (2.930, 8 euros/mes) y sobre todo en transporte de pasajeros aéreo (4.057,2). El coste laboral medio de los empleados en turismo es como media de 2390 euros/mes.

Analizadas las principales características del empleo en turismo y en particular aquellas relevantes para entender la relación empleo/formación, determinamos a continuación, en el siguiente apartado, cómo es el nivel de formación en el sector y la oferta de formación disponible. De esta forma, podremos precisar mejor los principales retos que en el ámbito de la formación deben ser enfrentados por el sector turístico.

### **3.- FORMACIÓN EN TURISMO**

Durante los últimos años la oferta turística nacional ha experimentado importantes transformaciones que, en líneas generales, han supuesto una mayor diversificación y también una orientación hacia otros tipos de demanda turística diferentes del tradicional, y todavía mayoritario, turismo de “sol y playa”. En el futuro inmediato, la potencialidad del sector turístico como uno de los motores de la economía nacional está condicionada por la continuidad de este proceso de transformación de la oferta y, de un modo particular, por la capacidad de sus empresas para responder adecuadamente a un contexto en continuo cambio de la demanda y de introducción de nuevas tecnologías.

En esa capacidad de las empresas turísticas para afrontar los retos futuros, la mejora del nivel de formación y las cualificaciones del personal ocupado se revelan como un factor estratégico de primera magnitud. La formación de los recursos humanos de las empresas turísticas es un determinante básico de su competitividad y, en último término, de sus probabilidades de su rentabilidad y supervivencia.

Para las empresas turísticas no es suficiente con disponer de personal con elevados niveles de formación, es importante además que esa formación sea apropiada para satisfacer los requerimientos específicos de las actividades relacionadas con el turismo. Desde ambas perspectivas España presenta en general un déficit considerable, al no dis-

poner el sector de un nivel adecuado en su capital humano ni existir las correspondencias requeridas entre puesto de trabajo y formación (Aragón y García Sánchez, 2001).

No obstante y en este último sentido, la medición de la formación de la mano de obra u ocupados de una economía es un problema no resuelto en la literatura económica especializada en estos aspectos, indiscutiblemente, la formación académica del empleado debe aparecer como un elemento determinante, pero sin duda la formación no reglada recibida, la experiencia o antigüedad en actividades profesionales próximas y otras aptitudes personales son elementos, que sin duda, también son determinantes para establecer el nivel de la formación de los recursos humanos de un sector (Sáez, 2000).

Dado que la formación académica reglada que posee el ocupado es la más fácil de obtener desde las estadísticas disponibles suele ser este elemento el más señalado en la literatura, y en este sentido, el sector turismo registra entre sus ocupados, como anteriormente avanzábamos, un menor nivel de formación media que el conjunto de la economía española. De hecho, el 16,3% de los empleados en turismo tienen como mayor nivel formativo finalizado los estudios primarios mientras que entre el total de ocupados españoles ese porcentaje se reduce hasta el 14,4%. Respecto al otro extremo de formación académica, el resultado es el inverso, pues entre el total de empleados en el turismo en España aquellos con estudios superiores finalizados representan el 21,2% mientras que en la economía española en su conjunto alcanza el 33,5%.

Este menor nivel académico de los empleados del sector, consecuente en un principio con la menor retribución media del turismo respecto a la retribución media de los ocupados en España, ha ido mejorando, pues de hecho durante 2008 y los tres primeros trimestres de 2009 ha aumentado el porcentaje de aquellos empleados en turismo que tienen estudios secundarios o superiores y se ha reducido, por el contrario, el de aquellos que sólo tienen estudio primarios finalizados (IET, 2009a).

Cuando se analiza la formación dentro del sector para las distintas ramas de actividad consideradas, se observa que la hostelería registra una formación media, medida por los niveles académicos de sus empleados, similar a la del conjunto del sector turismo. Por otra parte, restauración y transporte terrestre de pasajeros registran una formación inferior mientras que en agencias de viajes y otras actividades turísticas es superior a la media del sector. Los asalariados en general poseen una formación media superior a la de los empleados como autónomos.

La situación general del sector en materia de formación podemos por tanto caracterizarla señalando que los empleados en el sector turismo registran una formación menor, y que existen ciertas dificultades, tanto menores conforme la crisis económica profundiza durante este año 2009 en el sector, para encontrar trabajadores con la formación básica necesaria y, por supuesto, con la formación polivalente fundamental para el sector.

Esta situación de déficit formativo en el turismo se puede explicar en un principio por varias razones:

- Las condiciones de trabajo en el sector (largas jornadas, trabajo en festivos, etc.), atraen personal que difícilmente se integra en los planes formativos ya que entiende el empleo en turismo como una actividad secundaria o simplemente de paso hacia otros sectores como la construcción, comercio, distribución, etc. De hecho, la mano de obra inmigrante (sin formación específica), los empleados “de paso” (estudiantes, segundo empleo, etc.) o simplemente los que no tienen otra cosa mejor que hacer, integran una gran parte del personal de la hostelería.
- La dificultad que existe para combinar los horarios de los cursos ofertados con la jornada laboral del sector que es larga y con frecuencia de duración variable y diferente según actividades.
- A la hora de fijar las prestaciones económicas o en la política de promociones, las empresas turísticas no parecen discriminar suficientemente entre personal formado y no formado.
- La ausencia de una oferta suficiente de formación profesional reglada para los puestos más básicos. A esto anterior se une el hecho de que los estudiantes no completan su formación al darse cuenta con frecuencia de que ésta no supone una ventaja a la hora de su contratación.
- El trabajo en hostelería no goza de un apropiado reconocimiento social ni empresarial. La retribución que establece el convenio colectivo es de las más bajas, y la dureza del trabajo así como la importancia real del sector en la economía nacional no son suficientemente reconocidas por la sociedad. Este escenario explica, al menos en parte, la falta de motivación del personal, que considera el trabajo en hostelería como una actividad temporal, “de paso” hacia otros sectores.
- La alta rotación del sector hace que muchos establecimientos se conformen frecuentemente con lo que denominaban personal “insuficientemente formado”. A esta alta rotación contribuye una escasa fidelidad de los trabajadores a la empresa y el hecho de que los mejores empleados son rápidamente fichados por la competencia.

Debemos señalar al respecto que las dificultades para encontrar personal cualificado son extensibles a bastantes puestos de trabajo. Así por ejemplo, se afirmó por parte empresarial durante los años del auge económico que para un restaurante era tan difícil encontrar un camarero que supiera de vinos, de la temporada de una verdura o de una fruta o de los productos de la tierra, como encontrar un camarero con una formación más básica, es decir, que tan sólo sepa servir las mesas, llevar una bandeja, y atender correc-

tamente al cliente. Pese a todo, las mayores carencias parecen afectar, como veremos, a los puestos de trabajo más especializados (cocineros, maitres, etc.).

La escasa inversión que se realiza en formación dentro de las empresas turísticas, sólo un tercio de las empresas de este sector indicó haber realizado acciones de formación durante los años de auge, se produce al inicio del contrato de trabajo y para formar adecuadamente a los nuevos empleados en los aspectos más básicos de las tareas a realizar.

Únicamente los hoteles, y dentro de éstos particularmente los pertenecientes o asociados a cadenas, parecen contar con planes de formación, provenientes normalmente de la cadena a la que se adscriben o pertenecen, e imparten alguna formación en el propio hotel.

Los factores determinantes para que las empresas del sector se decidan por actuaciones formativas para sus empleados son, por este orden, que la formación esté subvencionada por el sector público, que se encuentre dentro del Plan de Formación en la empresa (casi exclusivamente existen en el caso de hoteles), o por petición de directivos y empleados.

La actuación de formación para los empleados de una determinada empresa en el sector turístico es tanto más probable cuanto mayor sea el tamaño de la empresa y más elevada sea la formación del gerente (García Sánchez y Badillo, 2005). En este sentido, recordar el muy reducido tamaño medio de la empresa turística y el menor nivel medio formativo de los empleados en turismo en comparación con el conjunto de la economía.

Dentro del turismo, y como anteriormente se anunciaba, las actividades de formación son más probables en hostelería y sobre todo en la agrupación denominada actividades turísticas. Por el contrario, se acometen menos actividades de formación en el transporte terrestre y sobre todo en servicios de restauración y bares.

Respecto a la oferta de formación reglada y no reglada dirigida al sector, esta presenta, según niveles y tipos considerados, diferentes problemáticas y características. Respecto a la formación continua ésta aparece quizás excesivamente dispersa y no debidamente ajustada, en bastantes casos, a algunas de las singularidades empresariales y necesidades formativas que registra el sector. Los modos de impartición son también diversos: presencial, a distancia, on line, semipresencial o formación abierta. Las áreas de formación continua más ofertadas por el número de cursos y asistentes son gestión de viajes, turismo cultural, restauración, hostelería y turismo, desarrollo turístico, sistemas de reservas y otras.

En la formación denominada de cualificación profesional inicial los perfiles dominantes, aunque esta formación es diversa al estar regulada por las CCAA, son alojamientos turísticos y catering, y servicios de restauración y cocina.

Respecto a la formación profesional reglada de nivel medio y superior, destaca en primer lugar la reducida participación de ésta en la formación académica de los empleados del sector. Este hecho no es característica única del sector turístico sino de toda la población potencialmente activa de la economía española. Nótese al respecto que en España los titulados con formación profesional no alcanzan el 35%, mientras para el conjunto de la OCDE este porcentaje se eleva hasta el 45% y esto, tras años de aumento en la valoración social y económica (ésta última mediante la contraprestación salarial relativa de estos titulados) de la formación profesional que ha permitido aumentar la participación de estos estudios entre el conjunto de la población española.

En el nivel medio, las orientaciones dominantes en la familia profesional (la número 26) denominada hostelería y restauración son servicios a restaurantes y bares y cocina y restauración con cocina, banquetes, pastelería, postres y enología. En el nivel superior, dentro de la familia profesional denominada hostelería y restauración, podemos encontrar cuatro grandes bloques: información y guía, agencias de viajes, hostelería y turismo. Dentro de información y guía aparecen información y comercialización, animación, planificación y consultoría. Respecto a agencias de viajes encontramos gestión de agencias y gestión de viajes. Respecto al bloque de hostelería alojamiento, gestión de reservas, recepcionista y gobernanta/e. Finalmente, en el bloque denominado turismo: información y comercialización turística, planificación y consultoría, congresos y gestión de campos de golf.

Por último en el nivel educativo superior, el turismo ha mejorado notablemente durante los últimos años con la irrupción de sus estudios en universidades públicas que han colaborado considerablemente en la mejora y adecuación de los contenidos formativos a la realidad del mercado. De hecho, en la actualidad los titulados en turismo registran una tasa de desempleo inferior a la tasa de desempleo media de aquellos que tienen títulos universitarios finalizados.

El comienzo de los Grados en Turismo adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior, tras la experiencia de licenciaturas en algunas universidades públicas, profundiza en la línea de una mayor implicación de las universidades españolas con la formación superior en turismo. Finalmente, los postgrados oficiales en turismo garantizan mediante los trabajos fin de master y las tesis doctorales subsiguientes en los perfiles de investigación que, el sector dejó para siempre aquellos tiempos en los que la investigación en el ámbito del turismo era la excepción.

Respecto al los postgrados oficiales impartidos en las universidades españolas, éstos están en muchos casos en sus comienzos y en otros en proceso de creación pero podemos agrupar los existentes en tres grandes orientaciones: métodos de análisis en turismo, políticas turísticas públicas y dirección de empresas turísticas. La consolidación de estos estudios de postgrado en el mapa educativo español tendrá unas consecuencias muy relevantes y positivas para la investigación en el ámbito del turismo.

Con este marco, las necesidades de formación peor cubiertas en el mercado de trabajo del turismo parecen ser las de nivel medio donde parecen surgir los peores ajustes entre las cualificaciones, habilidades y destrezas demandadas por los empleadores y las ofertadas por los potenciales empleados. En contraposición a lo anterior, para niveles formativos altos o los más reducidos el ajuste parece ser algo mejor.

Respecto a las necesidades de formación concretas que son requeridas y no adecuadamente satisfechas, aparece de forma transversal y en primer lugar como una constante los idiomas (preferentemente inglés pero también otros como alemán), también cocina y manipulación de alimentos y capacitación en programas de gestión administrativa, contable, facturación, etc. aparecen como necesidades de formación específicas insuficientemente cubiertas.

Desde la caracterización y delimitación de la formación en el sector turismo, realizada en este análisis anterior, podemos concretar algunos de los retos más relevantes a afrontar en materia de formación en el sector turístico y que están relacionados con tres grandes líneas: la actitud hacia la formación de los diferentes agentes sociales implicados, la estacionalidad de la actividad turística y las políticas de formación.

- El primer reto para el sector turístico regional es la superación de una serie de actitudes hacia la formación que tienden a relegarla a un segundo plano o bien no resultan consecuentes con su importancia estratégica. Exceptuando las grandes empresas, en general las empresas del sector no desarrollan realmente una política de formación en el centro de trabajo. Nótese al respecto que el tamaño medio de las empresas del sector es de 4,6 empleados (IET, 2009a).
- El segundo desafío está relacionado directamente con la estacionalidad y se traduce en la necesidad de superar la idea, y el hecho en bastantes casos, de que el empleo en turismo es eventual y esporádico y, por todo lo anterior, precario. En este punto, aparece como clave el desarrollo de productos turísticos menos estacionales y la oferta complementaria.
- El tercer reto que debe afrontar la formación en el sector turístico está relacionado con el desarrollo e implementación de políticas públicas apropiadas, dadas las singularidades características del sector de reducido tamaño de las empresas y reducida percepción de la relevancia de la formación.
- Un cuarto reto supone rentabilizar la formación, lo que conlleva mejorar las condiciones de trabajo, especialmente salarios, más tiempo libre y regularización de los trabajadores del sector. El trabajo en hostelería no goza de un apropiado reconocimiento social ni empresarial. La retribución que establece el convenio colectivo es baja y la dureza del trabajo así como la importancia real del sector en la eco-

nomía nacional no son suficientemente reconocidas por la sociedad. Este escenario explica, al menos en parte, la falta de motivación del personal, que considera el trabajo en hostelería como una actividad temporal, “de paso”.

Para hacer frente a estos retos es urgente, entre otras medidas, continuar con el desarrollo e implementación del sistema integrado de cualificaciones profesionales. Es necesario también impulsar técnica e institucionalmente la capacidad de trasladar la formación al centro de trabajo y al hogar. Las características principales de buena parte de los puestos de trabajo hacen muy conveniente la implantación de sistemas de formación certificada, tanto dentro de las empresas como a distancia. Las especiales características de la actividad turística hace que tanto las habilidades como las actitudes sean fundamentales para alcanzar la calidad óptima de servicios, productos y destinos turísticos. De ahí la importancia de las prácticas en las diferentes titulaciones turísticas o relacionadas con el turismo, así como el desarrollo de las actitudes, en especial las referentes al trato directo con el público y la continua superación personal desde la perspectiva profesional.

#### **4.- CONCLUSIONES**

Aunque las estadísticas e investigaciones relacionadas con el turismo han mejorado notablemente, y lo están haciendo además de forma creciente, cuando analizamos el empleo en el sector turismo debemos ser conscientes que lo estamos haciendo desde estimaciones en las que determinamos el empleo del sector en función del empleo existente en aquellas ramas actividad que son más próximas a la actividad turística. En este sentido, lo que denominamos empleo en turismo es una estimación en la que “ni están todos los que son ni son todos lo que están” en el ámbito de las actividades turísticas.

El sector del turismo no ha podido sustraerse, particularmente desde el verano del 2008 al tercer trimestre del 2009, a lo que acontece en el conjunto de la economía mundial y españolas inmersas, como es sabido, en un severo proceso de crisis económica. En este contexto, el empleo en el sector ha registrado una variación interanual al tercer trimestre del año 2009 de un -2,5%, en cualquier caso, todavía inferior a la registrada para el mismo periodo por el conjunto de la economía española.

La tasa de paro en el sector turismo es del 12,9%, inferior a la registrada en el agregado de la economía española, pero superior a la registrada en el sector servicios. La población activa que en la economía española muestra un perfil plano o ligeramente negativo, está por el contrario aumentando en el sector turismo con un 1,8% de variación interanual al finalizar el tercer trimestre de 2009. El mercado de trabajo del turismo que, durante los años de auge y crecimiento de empleo es un sector de “acceso” al mercado de trabajo, se comporta de esta forma durante la crisis económica como sector “refugio” para la búsqueda de trabajo dada su menor destrucción relativa de empleo.

Los ocupados en turismo representan el 12% del total de empleados de la economía española y el empleo del sector se caracteriza por una participación relativa mayor de autónomos, de contratos temporales, de extranjeros y de contratos a tiempo parcial, elementos éstos todos muy relevantes, junto a la reducida dimensión de las empresas del sector, para comprender la menor formación de los empleados en el sector y las necesarias actuaciones y políticas para mejorar el ajuste entre oferta y demanda de cualificaciones.

El nivel de formación medio de los empleados en el sector es inferior al del conjunto de los empleados españoles, en consecuencia también con la menor retribución media de los empleados del sector.

El ajuste entre las cualificaciones, destrezas y habilidades demandadas por las empresas y las ofertadas por la población activa es peor para las cualificaciones de grado medio, y algo mejor, para los empleos con requerimientos que demandan una mayor cualificación. Como consecuencia de la destrucción de empleo durante el último ejercicio económico, el ajuste de cualificaciones entre oferta y demanda ha mejorado ligeramente en consonancia con el exceso de oferta de trabajo existente.

La oferta de formación destinada al sector del turismo ha mejorado notablemente en todos los niveles durante los últimos años. No obstante, a pesar de lo avanzado en la oferta de formación reglada y no reglada, queda todavía un amplio recorrido por desarrollar en el ámbito de la formación profesional de grado medio y superior que se encuentra representada en menor proporción de lo deseable en el total de empleados del turismo.

Los retos a los que se enfrenta la formación en el sector del turismo están relacionados con la escasa predisposición hacia la formación de los diferentes agentes sociales implicados (empleados y empresas), la estacionalidad de la actividad turística y las políticas de formación. Estos retos aconsejan, al menos en el corto plazo, la participación del sector público en la determinación de las necesidades formativas a satisfacer, en la provisión de formación y en la financiación de ésta. Las características del empleo, de los empleados y de las empresas turísticas así parecen aconsejarlo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Alba-Ramírez, A. (1993): "Mismatch in the Spain labor market: overeducation?" *Journal of Human Resources*, 28, pp. 259-278.

Aragón Sánchez, A.; García Sánchez, A. –Directores– (2001): *Formación competitividad y Empleo*, Ed. Universidad de Murcia y FORCEM.

Daly, M. C., Büchel, F. y Duncan, G. J. (2000): "Premiums and penalties for surplus and deficit education. Evidence from United States and Germany". *Economics of Education Review*, 19, pp. 169-178.

García Sánchez, A. y Badillo Amador L. (2005): “Mismatches in the Spanish Labor Market: Education versus Competente Match”, *International Advances in Economic Research*, Vol 11 n° 1, Febrero, pp. 93-110.

Instituto de Estudios Turísticos (2009a): Empleo en el sector turístico. Año 2008. Disponible en Internet: <http://www.iet.tourspain.es>.

Instituto de Estudios Turísticos (2009b): Nota de coyuntura empleo en turismo. III trimestre 2009. Disponible en Internet: <http://www.iet.tourspain.es>.

Pedreño A. (dir.) y Monfort, V.M. (coords.) (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*, Civitas, Madrid.

Sáez, F. (coord.) (2000) *Formación y empleo*, Madrid, Fundación Argentaria.

Sloane, P.J., Battu, H. y Seaman, T. (1999): “Overeducation, undereducation and the British labour market”. *Applied Economics*, 31, pp. 1437-1453.

# **¿A QUIÉN PONEMOS DE GUÍA? TURISMO DE MONTAÑA Y CUALIFICACIONES PROFESIONALES EN ESPAÑA**

ENRIQUE LOREDO FERNÁNDEZ  
NURIA LÓPEZ MIELGO  
Universidad de Oviedo

## **RESUMEN**

El conjunto del turismo de montaña ha experimentado un fuerte crecimiento en las últimas décadas a nivel internacional y España no ha permanecido al margen de esta tendencia. No obstante, dentro de esta tipología turística hay notables diferencias y aún hay segmentos con gran potencial de desarrollo. Ello se debe a que ha existido una fuerte innovación en productos y a que algunos de los más arraigados todavía tengan recorrido en muchas zonas del territorio nacional. El caso más claro, en este sentido, es el de las actividades tradicionales de montañismo y, más concretamente, las de media montaña. Sin embargo existe una restricción importante para que dicho producto pueda desarrollarse adecuadamente: los recursos humanos. El sistema de formación de los guías y acompañantes de montaña presenta severas disfunciones, lo que constriñe el desarrollo de la oferta de este servicio. Además, la deficiente regulación autonómica de las empresas de turismo activo también ha contribuido, en muchos casos, a frenar las iniciativas empresariales y la formación del capital humano.

## **1.- INTRODUCCIÓN**

El turismo de montaña está recibiendo una creciente atención por parte de los investigadores. En las revistas más prestigiosas aparecen regularmente artículos sobre esta temática e incluso se publican números monográficos como el que recientemente

te vio la luz en *Tourism Economics* (Fredman y Lindberg, 2008). Además se suceden los congresos que abordan expresamente las relaciones entre turismo y montaña (Congreso Internacional de Turismo Sostenible en Montaña, Congreso Internacional de Enseñanzas Deportivas en las Zonas de Montaña, *Global Change and the World's Mountains*, *International Seminar on Mountain Tourism*...). Pero todo este interés de la comunidad académica no es repentino ni casual. El turismo de montaña, antes circunscrito a ciertos destinos, a segmentos minoritarios y a productos como el esquí y el senderismo, ha eclosionado en las últimas décadas. El mercado ha crecido, se ha diversificado y se ha internacionalizado (Ewert y Hollenhorst, 1997; Beedie y Hudson, 2003; Turespaña, 2008).

En España, el turismo de montaña tuvo un desarrollo comparativamente tardío y liderado por los deportes de nieve. Sólo en épocas recientes se ha popularizado el turismo activo y de aventura (Turespaña, 2008). Mientas que el producto esquí ha llegado a una etapa de madurez, el montañismo y, en particular, las actividades realizadas en la media montaña, no paran de crecer. Este segmento turístico presenta numerosas ventajas: se apoya sobre infraestructuras blandas y reversibles; presenta un menor impacto ambiental; se localiza de forma dispersa en el territorio y tiene una gran capacidad de desestacionalización.

Ahora bien, en España no se ha estructurado adecuadamente el producto turismo de montaña, a pesar de disponer de recursos naturales y culturales más que suficientes. Uno de los problemas más importantes para poder llevar a cabo esa articulación es la insuficiente oferta de recursos humanos debidamente cualificados. De hecho, en el análisis DAFO del informe de Turespaña (2008: 134) sobre las potencialidades del turismo de montaña en España, se recogen tres grandes debilidades relacionadas con los recursos humanos:

- Dificultad para encontrar personal cualificado para trabajar en las zonas de montaña.
- Falta de personal cualificado en la mayoría de productos turísticos y en el sector hotelero.
- Personal poco adaptado a las necesidades de los turistas internacionales: idiomas, flexibilidad horaria...

Ese déficit de capital humano es notorio para el puesto de guía y acompañante de montaña. El servicio que prestan estos profesionales es crucial para los destinos de montaña. Sin su concurso, los recursos naturales se tornan incomprensibles o inaccesibles para una parte de la clientela potencial. A la vista de este importante rol en la cadena turística, la presente comunicación realiza un análisis crítico del sistema de formación de los guías de montaña en España, para identificar sus principales deficiencias.

## 2.- EL GUÍA DE MONTAÑA

El servicio de guía en las zonas de montaña ha tenido fines muy diversos a lo largo de la historia. Cuando ejércitos y conquistadores atravesaban territorios montañosos, generalmente procuraban hacerse con los servicios de exploradores locales conocedores de esos entornos. Igualmente, los buscadores de recursos naturales se apoyaban siempre que podían en los lugareños de las zonas de montaña. Transportistas, comerciantes, viajeros, cazadores, científicos y otros muchos oficios que se vieron abocados a transitar por parajes montañosos, en la medida de sus posibilidades, contrataban a guías. Así queda reflejado en la retirada de los 10.000 de Jenofonte a través de las montañas del Kurdistán, el paso de los ejércitos de Aníbal por los Alpes, el cruce de las montañas de Asia Central por parte de Marco Polo en su camino hacia China o el periplo naturalista de Humboldt por los Andes.

Cuando en el siglo XVIII de la mano de británicos surge el montañismo como deporte (Macfarlane, 2003), la profesión de guía de montaña queda indefectiblemente asociada al mismo. Habían nacido los clientes, es decir los anglosajones, y los guías, los naturales de los valles (Pons, 2007). Las grandes primeras ascensiones de dificultad fueron lideradas por montañeros excepcionales para su época, pero no habrían llegado a buen puerto sin el apoyo de guías locales como compañeros de cordada. En 1786, el doctor Michel Gabriel Paccard holla por vez primera la cima del Mont Blanc, en su empeño por probar un barómetro en altura. Junto a él, Jacques Balmat, un modesto cazador y pastor de Saboya que se convirtió en el primer guía de montaña cuya gesta alcanzaba fama internacional. Igualmente, la dramática conquista del Cervino en 1865 fue llevada a cabo por una expedición promovida por Edward Whymper, en la que no faltaba un reputado guía de Chamonix, Michel Croz, que fallecería en el descenso. En España, la primera ascensión al Naranjo de Bulnes en 1904 fue obra del visionario aristócrata Pedro Pidal y su guía Gregorio Pérez, más conocido como el Cainejo. La montaña más alta del mundo, el Everest, sucumbió en 1953 ante el empuje de Edmund Hillary y su sherpa Tenzing Norgay.

Hoy en día, se considera que el guía de montaña es un profesional que realiza tanto trabajos de conducción de individuos en el medio natural, como actividades formativas y de entrenamiento deportivo, gestionando el riesgo y aportando seguridad. Se trata de montañeros experimentados que dominan las técnicas de los deportes de montaña (Beedie, 2003). Sin embargo, tal como se discutirá más adelante, bajo la denominación genérica de guía de montaña se engloban realidades distintas, por lo que es importante remarcar que el concepto no está bien acotado e integra tipologías profesionales muy variadas.

Los guías de montaña pueden ejercer su trabajo de forma independiente o en el seno de empresas de turismo activo, entidades públicas, clubs u otras organizaciones. En

todo caso, suelen estar integrados en asociaciones profesionales de ámbito local, nacional y/o internacional que defienden sus intereses y apoyan su perfeccionamiento. En España, la principal asociación que aglutina al conjunto de estos profesionales es la Asociación Española de Guías de Montaña (A.E.G.M.). A nivel internacional destacan dos entidades de alcance complementario. Por una parte, la Union of International Mountain Leaders Associations (U.I.M.L.A.), que integra a distintas asociaciones nacionales de guías acompañantes de montaña. Por otra, la International Federation of Mountain Guides Associations (I.F.M.G.A.), que es la institución homóloga para las asociaciones de guías de alta montaña.

### 3.- LA FORMACIÓN DE LOS GUÍAS DE MONTAÑA EN ESPAÑA

Hasta finales del siglo XX, la formación de los guías de montaña en España dependía de las titulaciones ofertadas por las federaciones deportivas. Estas entidades eran las únicas que tenían competencias para formar a técnicos en las distintas modalidades y especialidades deportivas (Colorado, 2006). Pero muchas federaciones carecían de la estructura necesaria para llevar a cabo esta función, siendo la formación resultante muy heterogénea en cuanto a duración, contenidos y niveles de exigencia.

Tras la promulgación de la Ley Orgánica 1/1990, de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE), la formación profesional reglada dio entrada de forma tibia a las enseñanzas relacionadas con los deportes de montaña. Así, el Real Decreto 2049/1995 estableció el título de Técnico en conducción de actividades físico-deportivas en el medio natural. Se trata de una titulación de formación profesional de grado medio con amplias competencias y que capacita para conducir clientes por senderos o zonas de montaña a pie, en bicicleta o a caballo. En todo caso se excluyen expresamente las actividades que precisan técnicas de escalada o alpinismo. No se desarrolló a nivel estatal ninguna otra titulación de formación profesional superior más especializada<sup>1</sup>, por lo que la incorporación de la actividad de guiaje de montaña en el sistema educativo se circunscribió, en primera instancia, al nivel más bajo posible.

De forma paralela, la Ley 10/1990 del Deporte sentó las bases para una reforma completa de la formación deportiva que hasta entonces recaía en las federaciones. Con el Real Decreto 594/1994 se creó un nuevo sistema de enseñanzas y titulaciones deportivas, basadas en tres niveles estandarizados para todas las disciplinas deportivas

---

<sup>1</sup> El título de Técnico superior en animación de actividades físicas y deportivas establecido por el Real Decreto 2048/1995 es más general y no se centra en los deportes de montaña. Lo mismo podría decirse de su antecesor, el módulo experimental en Actividades físicas y animación deportiva (T.A.F.A.D.) introducido por la Orden de 15 de febrero de 1990.

(Elemental, de Base y Superior). Poco tiempo después, el Real Decreto 1913/1997 reconfigura de nuevo estas enseñanzas, puesto que el Real Decreto de 1994 presentaba muchas omisiones, tenía deficiencias técnicas de tipo jurídico y no proporcionaba un encaje adecuado con el derecho comunitario (Hernández, 2008). Con dicha reconfiguración, las enseñanzas deportivas pasan a tener la consideración de régimen especial dentro del sistema educativo y las titulaciones se articulan en dos niveles (Técnico Deportivo y Técnico Deportivo Superior). Pero no será hasta la entrada en vigor del Real Decreto 318/2000 cuando se establezcan los títulos correspondientes a las especialidades de los deportes de montaña y escalada (figura 1)<sup>2</sup>.

**Figura 1: Titulaciones de deportes de montaña y escalada del régimen especial**

<p>Certificado de primer nivel</p> <p>Grado medio - Técnico Deportivo en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Media montaña</li><li>• Alta montaña</li><li>• Escalada</li><li>• Barrancos</li></ul> <p>Grado superior - Técnico Deportivo Superior en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Alta montaña</li><li>• Esquí de montaña</li><li>• Escalada</li></ul>
---

Fuente: Real Decreto 318/2000

El grado medio consta de dos años. El primero es común para todas las especialidades de montaña y escalada. Si se superan todas las materias de ese primer año, se obtiene un certificado que habilita para ciertas actividades, aunque no se logra titulación alguna. El grado medio está dividido en cuatro itinerarios: media montaña, alta montaña, escalada y barrancos. Por su parte, el grado superior sólo contempla tres itinerarios: alta montaña, esquí de montaña y escalada. En cada nivel, las enseñanzas se dividen en un bloque común a todas las disciplinas deportivas, un bloque específico de cada disci-

---

<sup>2</sup> A partir de ese marco general, las comunidades autónomas fueron trasponiendo esos estudios y titulaciones a sus respectivos ámbitos territoriales. Por ejemplo, en el caso de Asturias, el Decreto 88/2005 estableció los currículos de las especialidades de los deportes de montaña y escalada.

plina o especialidad, un bloque complementario de idiomas e informática y un bloque de formación práctica. Las titulaciones de Técnico Deportivo y Técnico Deportivo Superior son equivalentes a todos los efectos a los de grado medio y grado superior de formación profesional. Finalmente, es interesante destacar que el Real Decreto 318/2000 recoge de forma expresa en su disposición adicional primera que las titulaciones de montaña y escalada no constituyen regulación del ejercicio de profesión titulada.

La aprobación de la Ley Orgánica 2/2006 de Educación entrañó una nueva necesidad de cambio para las enseñanzas deportivas. La rigidez del sistema anterior y su falta de adecuación a la realidad deportiva llevaron a la promulgación del Real Decreto 1363/2007, a través del que se redenominan los ciclos (inicial de grado medio, final de grado medio y superior), se cambian los contenidos y cargas horarias del bloque común y se flexibilizan muchos aspectos de las enseñanzas. Dado que están pendientes de desarrollo los contenidos de las nuevas enseñanzas de los deportes de montaña y escalada, siguen vigentes e impartándose las titulaciones derivadas del Real Decreto 318/2000. Parece que a corto plazo se aprobará la titulación de espeleología y que estará incardinada con las de montaña<sup>3</sup>.

#### 4.- UNA EVALUACIÓN CRÍTICA

A pesar del esfuerzo realizado por integrar las enseñanzas de montaña en la formación profesional inicial y en el régimen especial, los resultados conseguidos hasta la fecha sólo pueden calificarse como muy modestos. Hay numerosos elementos negativos que han constreñido y siguen constreñendo la formación y el desarrollo de los guías de montaña en España. Seguidamente se realizará un análisis de los más importantes.

- a) La actividad de guía de montaña no tiene reconocido un nivel adecuado dentro del sistema formativo y de cualificaciones profesionales. Se trata de una profesión que gestiona un considerable nivel de riesgo, que afecta tanto al propio guía como a sus clientes. Además, debe dominar un amplio conjunto de técnicas y herramientas. Por todo ello, no se comprende que la única titulación de formación profesional inicial existente sea de grado medio. Tampoco es lógico que el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales que ordena las cualificaciones susceptibles de reconocimiento y acreditación otorgue un nivel 2 de 5 tanto a los guías de media y baja montaña, como a los guías de barrancos. Sobre todo si se tiene en cuenta que el guía de turistas y visitantes tiene un nivel 3 (figura 2). Dichos niveles se establecen conforme al grado de conocimientos, iniciativa, autonomía y responsabilidad precisos para realizar la actividad laboral.

---

<sup>3</sup> “La Comisión General de Educación aprobó el proyecto de Real Decreto que regulará el título de Técnico Deportivo en Espeleología”. Nota de prensa del Ministerio de Educación de 15 de octubre de 2009.

## Figura 2: Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

<p>Familia profesional: Actividades físicas y deportivas</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Guía por barrancos secos o acuáticos - Nivel 2</li><li>• Guía por itinerarios de media y baja montaña - Nivel 2</li></ul> <p>Familia profesional: Hostelería y turismo</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Guía de turistas y visitantes – Nivel 3</li></ul>
---

Fuente: Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

- b) El mapa de titulaciones no tiene una lógica de conjunto (Sáez y Giménez, 2005) y responde a un conflicto mal resuelto entre titulaciones deportivas y actividades profesionales. La delimitación de las titulaciones actuales tiene más que ver con el deseo de aplicar un marco común para todas las enseñanzas deportivas, que con las necesidades reales del sector turístico.
- c) La frontera entre las actividades de media y alta montaña no está bien definida y entraña un salto desproporcionado en los requisitos de entrada y en las competencias de salida. El ámbito de actuación del Técnico en Media montaña se restringe en función de (i) las técnicas y materiales a utilizar y (ii) las condiciones del entorno. En la práctica, eso implica que el Técnico en Media montaña no podrá ejercer en muchas situaciones invernales muy comunes en gran parte del territorio nacional. Además, el perfil de competencias del Técnico en Alta montaña es muy completo y exigente, siendo a todas luces excesivo para zonas de media montaña en época invernal.
- d) Las titulaciones tienen un diseño interno poco ajustado a la realidad. Lo cierto es que la formación de un guía de montaña debería ser conceptualmente muy distinta de la de un entrenador de fútbol, baloncesto, balonmano o atletismo. Por ejemplo, el peso del idioma inglés tendría que ser mucho mayor, a fin de permitir una adecuada interlocución con clientes y proveedores extranjeros.
- e) Tampoco está bien acotada la profesión de guía de montaña frente a otras figuras relacionadas. Por ejemplo, el guía turístico ejerce legítimamente su papel en espacios naturales protegidos, que en muchas ocasiones son zonas de montaña. Igualmente, los formadores y educadores ambientales (licenciados en ciencias ambientales, biólogos, geólogos, ingenieros forestales, ...) también actúan en territorios de montaña. Y lo mismo puede decirse de las empresas que ofrecen servicios de outdoor training.
- f) El título de Técnico Superior en Alta montaña ha tenido problemas de reconocimiento internacional por parte de la I.F.M.G.A. Aunque ese reconocimiento no es neces-

rio para el ejercicio profesional de dichos guías en otros países europeos, no operar bajo el amparo de la Federación Internacional se convierte en un obstáculo importante para captar clientes en los mercados internacionales o ejercer como guía local en otros países. Las objeciones puestas al modelo formativo español tienen que ver con la edad de entrada o el año en que se exige un currículo de actividades previas.

- g) La normativa sobre turismo activo de ciertas comunidades autónomas exige, para poder ejercer por cuenta propia como guía de montaña, unas infraestructuras materiales innecesarias para esta actividad. Se crea así una barrera legal a la entrada, ya que muchos guías independientes no pueden afrontar una inversión que es difícil rentabilizar si no se dispone de una cartera de servicios más diversificada.

## 5.- CONCLUSIONES

La profesión de guía de montaña no tiene en España la misma tradición y reconocimiento que en los países del arco alpino. En Europa hay aproximadamente 5.500 guías (Pellicer, 2008), de los que alrededor del 5% están en España. Esta cifra es claramente insuficiente, a la vista del potencial turístico de la montaña peninsular. La historia es importante para comprender este atraso relativo: la formación de los guías no estaba contemplada dentro del sistema educativo y tampoco existían organizaciones profesionales fuertes que se encargasen de esa función. Sólo las federaciones de montaña prestaban ese servicio, aunque con grandes carencias y con una orientación más amateur que laboral.

Las sucesivas reformas educativas han integrado la formación de los guías de montaña dentro del sistema formal de formación profesional y de las enseñanzas deportivas del régimen especial. A pesar de los avances logrados, los resultados distan de ser satisfactorios. Se ha legislado desconociendo las necesidades del sector turístico y centrándose en imitar experiencias internacionales poco aplicables en el caso español. También ha habido una falta de ambición en la definición de los perfiles profesionales, dando más importancia a la competencia meramente técnica que a la capacidad comercial y de gestión, de crear producto o de comunicación en otros idiomas.

Las normativas autonómicas sobre turismo activo también han contribuido a distorsionar el acceso al mercado, imponiendo a los servicios de guía unas restricciones más propias de otros segmentos de la oferta de turismo activo (Nasarre, 2008). El resultado es un alto nivel de intrusismo y que un porcentaje importante de las prestaciones de guía se realice de forma alega de manera consentida (Lora, 2009). Todo ello desincentiva claramente el desarrollo del capital humano.

Un siglo más tarde, ¿no hemos conseguido profesionalizar debidamente a los herederos del Cainejo!

## BIBLIOGRAFÍA

Beedie, P. (2003): "Adventure tourism". En S. Hudson (ed.): Sport and adventure tourism, Haworth Press. New York. 203-236.

Beedie, P. y S. Hudson (2003): "Emergence of mountain-based adventure tourism". Annals of Tourism Research. 30(3). 625-643.

Colorado, J. (2006): Montañismo y trekking. Manual completo. Desnivel. Madrid.

Ewert, A.W. y S. J. Hollenhorst (1997): "Adventure recreation and its implications for wilderness". International Journal of Wilderness. 3(2). 21-26.

Fredman, P. y K. Lindberg (2008): "Mountain tourism". Tourism Economics. 14(2), June, 245-247.

Hernández Vázquez, J.L. (2008): "Origen de las enseñanzas deportivas en el Sistema Educativo Español". Ponencia del Seminario Las enseñanzas deportivas dentro del Sistema Deportivo Español. Consejo Superior de Deportes. Segovia, septiembre de 2008.

Lora del Cerro, R. (2009): "La profesionalización de los guías, una exigencia inaplazable". Campo base. 60, Febrero.

Macfarlane, R. (2003): Mountains of the mind. Granta Books. London.

Nasarre, J.M. (2008): La regulación jurídica de las empresas de turismo activo. Prames. Zaragoza.

Pellicer, B. (2008): "La profesión de guía de alta montaña". Ponencia presentada en el II Congreso Internacional de Enseñanzas Deportivas en las Zonas de Montaña: Profesionales de Altura. Huesca, octubre de 2008.

Pons, J. (2007): "Historia del montañismo". En Escuela Española de Alta Montaña (coord.) Certificado de iniciación al montañismo. EEAM y Barrabés Editorial. Benasque. 233-243.

Sáez Padilla, J. y F.J. Giménez Fuentes-Guerra (2005): "Análisis de la oferta formativa en actividades en el medio natural". Lecturas: Educación física y deportes. N° 83.

Turespaña (2008): Turismo de montaña. Instituto de Turismo de España. Madrid.



# **LAS COMPETENCIAS DE LOS ESTUDIOS DE HOSTELERÍA**

FRANCESC SASTRE ALBERTÍ  
Universidad de las Illes Balears

## **RESUMEN**

Ante el reto de la adaptación de los estudios de hostelería a los parámetros que marca la convergencia hacia espacio europeo de educación superior al tiempo, surge la necesidad de conocer cuales son las competencias que necesitan adquirir los futuros gestores de la hostelería para ofrecer a los titulados una formación flexible y adaptable a las nuevas circunstancias y características del turismo del siglo XXI.

La competencia laboral debe interpretarse como un movimiento que pretende ser una respuesta innovadora para administrar y regular el mercado de trabajo interno y externo de la empresa ante las transformaciones del mundo de la producción. Las principales características de esa transformación son la aplicación de sistemas de innovación abiertos, complejos y dinámicos, que obligan a reformular la relación entre la educación, la formación y el trabajo (Leonard Mertens 1996).

El objetivo de la comunicación es analizar mediante la realización de encuestas a empresarios, profesores y antiguos alumnos así como talleres a empresarios cualificados las competencias de los estudios de hostelería distinguiendo entre:

- Competencias Genéricas /Transversales
- Competencias Específicas

## **1.- INTRODUCCIÓN**

La demanda de directivos y trabajadores cualificados en las industrias relacionadas con el turismo, está en constante aumento. De hecho, el mantenimiento y mejora de la calidad de destino turístico depende, en gran medida, de la preparación y eficacia de las personas que se dediquen profesionalmente a esta tarea (Noriega 2004).

Nos hallamos ante una actividad que podríamos calificar como: compleja, altamente dinámica y, a su vez, en continuo crecimiento. De hecho, el sector turístico, afronta hoy múltiples retos y oportunidades y se presenta como un sector necesitado de más y mejor formación y cualificación; lo que justifica abordar íntegramente la formación de sus recursos humanos.

Para ello la formación debe adaptarse continuamente a los nuevos postulados e ir utilizando los nuevos paradigmas: tanto de oferta de productos o servicios turísticos, en constante innovación, como de la demanda, adaptándose a las cambiantes necesidades, gustos y preferencias del consumidor, al tiempo que sea capaz de atender este nuevo marco de actuación mundial en condiciones de alta competitividad internacional.

La actividad turística, a su vez extremadamente diversa, origina un mercado laboral complejo en el que concurren distintas competencias profesionales y amplias necesidades formativas, surgiendo la necesidad de una formación básica y general que permita acceder, en las mejores condiciones posibles, a cualquiera de las salidas profesionales para las que capacitan los estudios de hostelería, acompañada de una formación más específica, tanto en conocimientos como en el desarrollo de habilidades, en cada uno de los ámbitos. Por esto los futuros profesionales deben estar cualificados para los distintos puestos en base a disponer de creatividad, capacidad de innovación, e incorporando nuevas tecnologías y técnicas de organización y dirección.

## **2.- LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN HOSTELERÍA**

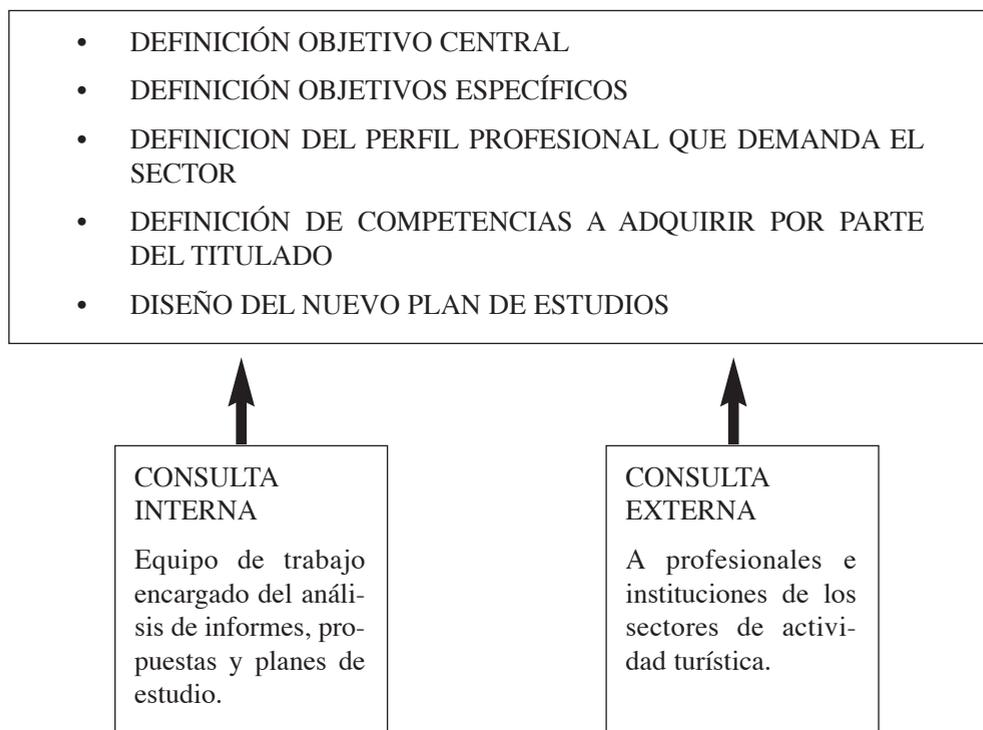
En España al no estar incluida en el catálogo de títulos universitarios la formación en hostelería se han desarrollado los estudios al margen de la universidad en todo caso hay algunas universidades que ofrecen títulos propios de hostelería (Universidad de las Islas Baleares, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Sevilla, Universidad de Santiago etc...). En cambio la mayoría de países europeos cuentan con estudios superiores de hostelería, si bien el enfoque que utilizan difiere notablemente entre unos y otros, dependiendo de su orientación: bien técnica/ profesional, más enfocada hacia las distintas áreas operativas, bien hacia el turismo y viajes, en sentido más amplio, o bien hacia la administración y dirección de empresas de turismo y ocio.

Por otro lado existe una necesidad de equiparación internacional de los estudios de hostelería, ya que los países de nuestro entorno occidental y otros de diferentes ámbitos geográficos presentan una oferta de formación universitaria específica de “Hotel Management”. La integración de los estudios universitarios en el Espacio Europeo de Educación Superior permite la integración de los estudios de hostelería en la universidad, con la implantación de grados de dirección hotelera.

La puesta en funcionamiento del Grado en Dirección Hotelera está justificada ya que nuestro país quedaría equiparado a la mayoría de los países de nuestro entorno en cuanto a la oferta de formación universitaria en este campo y, además, se cubriría la laguna existente con la de posibilidad de movilidad en este campo de formación que por otro lado las autoridades políticas y económicas españolas han considerado como estratégico por la falta de talentos (Plan Estratégico del Turismo Español 2020).

El proceso para la elaboración de los títulos de grado se presenta en el cuadro siguiente:

**Figura 1: Proceso de elaboración de los títulos de grado**



El objetivo central del título de grado en Dirección Hotelera, será formar a profesionales capaces de desempeñar su trabajo y adaptarse a las circunstancias y necesidades cambiantes del entramado en el que deberán insertarse.

Los ámbitos de actuación profesional son:

- Alojamiento: establecimientos hoteleros, club de vacaciones, residencias, hospitales.
- Restauración: hotelera, restaurantes, empresas de catering.
- Oferta complementaria: empresas de cultura, ocio y recreación, parques temáticos, organización de congresos y convenciones.
- En cualquier otra actividad vinculada o que requiera las mismas habilidades profesionales.

Las tipologías profesionales son:

- Dirección de operaciones: profesionales con una responsabilidad directa en su organización vinculada a un ámbito concreto de la misma; directamente relacionada con las distintas unidades de explotación: director de hotel, subdirector, jefe de reservas, director de alimentos y bebidas, director de banquetes y convenciones, director de comercialización y marketing, director financiero.
- Cargos intermedios: desarrollo de una actividad funcional y supervisión de esta: jefe de recepción, jefe de animación, responsable de administración, gobernanta, responsable de restauración de colectividades,...

### **3.- LA PROPUESTA DE GRADO EN DIRECCIÓN HOTELERA DE LA ESCUELA DE HOSTELERÍA DE LAS ISLAS BALEARES**

La Escola d'Hoteleria de les Illes Balears institución creada en 1995 como un consorcio formado por el Gobierno de las Islas Baleares y la Universidad de de las Islas Baleares, desde la responsabilidad y el compromiso social, nació como respuesta a las necesidades específicas de formación requeridas en los diferentes campos de la industria turística. De este modo, tiene como objetivo fundacional el formar futuros profesionales del sector y el desarrollo de los conocimientos y habilidades de los trabajadores en activo. A lo largo de estos años, se ha convertido en parte esencial de la renovación profesional de los trabajadores de la hostelería y en el transmisor de procesos novedosos y tecnologías avanzadas aplicables a este sector. Con un proyecto educativo flexible, de orientación realista, actualizada y eminentemente práctico trata de ofrecer al mercado laboral los mejores profesionales. Su objeto es formar al alumno en las capacidades, aptitudes y conocimientos precisos para el desarrollo de una profesión de calidad en el sector turístico.

La realización de consultas externas a profesionales e instituciones del sector, es una pieza clave para que los perfiles profesionales y competencias sean las mas adecuadas a las necesidades del mercado y a su vez permitan extraer una serie de recomendaciones para diseñar una formación, no sólo en conocimientos sino también en habilidades y actitudes, que verdaderamente capacite al titulado para asumir en las mejores condiciones su puesto de trabajo (Montaño 2009).

Como primer elemento de consulta externa se realizaron tres talleres con empresarios .El primero con representantes de cadenas hoteleras, incluyendo cadenas de gran dimensión (Riu , Sol Melià, Iberostar, Barceló) así como otras tamaño mas reducido .El segundo con representantes de cadenas hoteleras regionales de menor tamaño y hoteles individuales, si bien con distintos mercados objetivo, algunos dedicados al turismo vacacional de masas, otros al turismo vacacional de lujo y otros al de viajes de negocio, congresos y eventos. Por último representantes de otras empresas no propiamente hoteleras, tales como de restauración, organización de congresos y eventos, centros de ocio y hospitalarias. De los talleres se extrajeron unas valiosas conclusiones tanto para la definición de los perfiles profesionales, como de las competencias esenciales. Entre éstas cabe señalar:

- Promover el uso del idioma extranjero: todos los asistentes consideran muy importante el conocimiento de dos idiomas por parte del alumno, siendo el inglés el primordial.
- Fomentar en el alumno habilidades como: la flexibilidad, la capacidad de adaptación a los cambios, la iniciativa, la imaginación y la creatividad.
- Incluir materias que ofrezcan conocimientos y habilidades sobre: técnicas de comunicación oral y escrita, técnicas de negociación y venta, atención al cliente y habilidades directivas, entre otras.
- Introducir el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en áreas como la comercialización, comunicación, marketing y gestión de precios e ingresos.
- Ofrecer materias que permitan al alumno adquirir conocimientos específicos de la gestión y administración de la empresa; tanto a través de la visión del funcionamiento práctico de las distintas áreas funcionales o departamentos, como a través de asignaturas específicas, con el fin último de formar a un perfil profesional al que se le exige un conocimiento de la gestión general del negocio y una visión global del mismo.
- Para ello los titulados deben adquirir conocimientos de las distintas áreas operativas: su organización y funciones, su explotación y las relaciones entre departamentos: de reservas, recepción y conserjería, pisos, alimentos y bebidas y otros servicios; al tiempo que conocimientos para la gestión de las distintas áreas funcionales como RRHH, marketing, administración y gestión; y el aprendizaje de capacidades, habilidades y aptitudes vinculadas a la atención al cliente, relaciones interpersonales, resolución de problemas, toma de decisiones y trabajo en equipo.

Posteriormente se realizó un cuestionario en el que se incluyen las competencias generales y específicas en el ámbito de la gestión directiva de empresas turístico-hoteleras. Dicho

cuestionario basado en la valoración de competencias a adquirir por parte del titulado, se envió a profesionales del sector hotelero, otras empresas turísticas, al profesorado, a una muestra de alumnos de último curso y a titulados en Dirección Hotelera Internacional (Mairata 2009).

En este marco, los objetivos de la nueva titulación de grado en Dirección Hotelera se pueden definir como:

- Formar profesionales orientados al ámbito directivo de la empresa hotelera o afín integrada en la realidad sectorial actual.
- Proporcionar a los futuros responsables de la gestión hotelera un corpus formativo básico de carácter superior que permita la especialización técnica posterior y la adquisición de conocimientos avanzados que les permitan dar respuestas adecuadas a las distintas exigencias del mercado cambiante.
- Desarrollar habilidades para una adecuada gestión y administración empresarial al tiempo que fomentar y gestionar el cambio continuo. En definitiva, se trata de potenciar las capacidades clave para la mejora de la competitividad: identificar y anticipar oportunidades, capacidad de aprendizaje, asignación de recursos, guiar y motivar al equipo humano, disposición para anticiparse y satisfacer las necesidades y demandas del cliente, organizar un plan de acción en su ámbito de trabajo, toma de decisiones, evaluación de resultados.
- Profundizar en los conocimientos de las diversas áreas operativas y funcionales de la empresa hotelera con un enfoque de globalidad.
- Compatibilizar todos los objetivos planteados con la integración y desarrollo de los conocimientos y habilidades necesarias para llegar a ser profesionales rigurosos, reflexivos, creativos, conscientes de su responsabilidad social y con respeto a los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre hombres y mujeres, los principios de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos y de fomento de la cultura de la paz

#### **4.- COMPETENCIAS**

Partimos de la definición de competencia como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que el alumno conseguirá después de haber superado los módulos, materias y asignaturas que componen la titulación (Palmer 2008).

El título de Grado en Dirección Hotelera, de acuerdo con la normativa que establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, posibilitará que los alumnos una vez graduados alcancen un nivel adecuado en el desarrollo de las cinco competencias básicas establecidas al respecto por el RD 1393/2007 de 29 de octubre.

Entendemos que para desarrollar estas competencias y alcanzar los objetivos generales de la titulación es necesario trabajar un conjunto de competencias genéricas y espe-

cíficas que se detallan en el plan de estudios y que se concretan en los resultados de aprendizaje recogidos en el desarrollo de módulos, materias y asignaturas.

Dichas competencias: básicas (algunas de las cuales están enmarcadas en las genéricas y otras en las denominadas específicas), genéricas y específicas o asociadas a esta concreta área de conocimiento, se trabajarán en uno o diversos módulos, materias o asignaturas (Cifre 2006).

Del cuestionario sobre la valoración de las competencias que deben adquirir los graduados en Dirección Hotelera y en el cual se subdividían en cuatro categorías: competencias genéricas o transversales, competencias operativas, competencias instrumentales y competencias de gestión; se extraen una serie de resultados que dan una valoración al amplio abanico de competencias presentado y que serán las que nos permitirán relacionar de una forma sistematizada las competencias fundamentales para la formación del perfil Grado en Dirección Hotelera de acuerdo a la valoración conjunta de los tres colectivos comentados: profesionales y empresas; profesores de la titulación actual y titulados en DHI.

En el cuadro siguiente se recogen las competencias que han recibido puntuación más alta, valor 3 ó 4, por parte de más de un 80 por ciento del colectivo consultado, y en la segunda columna aparecen las competencias que han sido valoradas con la importancia máxima (4) por el 70 por ciento de los encuestados.

**Cuadro 1: Competencias**

	Profesionales y empresas		Profesorado	
	(valor 3/4)	(valor 4)	(valor 3/4)	(valor 4)
1. Manejar técnicas de comunicación	100%		96%	
3. Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas	100%	80%	91%	
5. Análisis del entorno y de la competencia	100%		87%	
7. Creatividad e innovación	87%		82%	
8. Iniciativa y espíritu emprendedor	87%		87%	
9. Motivación por la calidad	100%	73%	96%	70%
10. Trabajo en equipo	93%		100%	74%
11. Gestión del tiempo			83%	
12. Capacidad de trabajo en entornos internacionales			96%	
13. Adaptabilidad al cambio	94%		91%	
14. Valores éticos, de sostenibilidad y responsabilidad social	100%			
16. Utilizar las nuevas tic en los distintos ambitos del sector turístico	87%		87%	

#### 4.1.- Competencias genéricas

1. Capacidad para trabajar en equipo; planificar y gestionar los recursos humanos: habiendo desarrollado habilidades en las relaciones interpersonales, liderazgo, motivación e inteligencia emocional.
2. Capacidad de adaptación al cambio, flexibilidad y polivalencia.
3. Capacidad de comunicarse. Comprender y expresarse correctamente de forma oral y escrita; Al tiempo que ser capaz de adecuar el mensaje a distintos públicos en las lenguas oficiales. Incluye la comunicación oral y escrita del inglés.
4. Capacidad de iniciativa y creatividad a la hora de analizar, diseñar y gestionar proyectos innovadores desde una visión ética con la capacidad de presentarlos correctamente de forma oral y escrita adaptándolos a distintos públicos y contextos.
5. Capacidad de uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en su desarrollo profesional.
6. Capacidad para identificar problemas, hallar y analizar posibles soluciones y tomar decisiones.
7. Capacidad para el desarrollo de un pensamiento crítico.

#### 4.2.- Competencias específicas

1. Ser capaz de entender y hacer aportaciones eficaces- en lengua inglesa- en reuniones de trabajo y seminarios que versen sobre temas de su dominio, o de argumentar un caso y poder enfrentarse a una amplia gama de situaciones rutinarias y no rutinarias en las que se requieran servicios profesionales, tanto a nivel oral como escrito. (C1) según el Marco Común Europeo.
2. Ser capaz de comunicarse en lengua alemana de manera adecuada en situaciones predecibles de la vida cotidiana y laboral, especialmente en el ámbito hotelero y de servicios, y de tratar información no rutinaria de forma general (nivel B1 según Marco común europeo de referencia para las lenguas).
3. Adquirir un conocimiento altamente cualificado de los procesos operativos en los ámbitos de alojamiento, gestión de ocio y reuniones y alimentos y bebidas; Que conlleve la capacidad de implantación y gestión de los conocimientos adquiridos en los distintos procesos operativos en el ámbito hotelero.

4. Ser capaz de aplicar, a partir del conocimiento de las teorías y principios de la gestión empresarial, técnicas financieras de planificación presupuestaria y contables, con aplicación a la toma de decisiones y las herramientas de gestión de riesgos alimentarios, recursos humanos y sistemas de control, aplicado al sector hotelero.
5. Ser capaz de interpretar y aplicar el marco legal que regula y condiciona la organización de la empresa y las actividades profesionales del sector de hostelería.
6. Ser capaz de implantar y gestionar eficientemente sistemas de calidad y medio ambiente en un establecimiento hotelero y de servicios en cualquier etapa del proceso.
7. Ser capaz de adquirir una marcada orientación de atención al cliente.
8. Adquirir una conciencia crítica de la importancia de los procesos económicos, las relaciones empresariales, las políticas de mercado y la evolución económica mundial.
9. Reconocer las formas en que la organización social, cultural y territorial de las sociedades influye en la demanda turística.
10. Lograr el dominio de las tecnologías de la información y comunicación, así como de las nuevas tendencias de comercialización hotelera.
11. Demostrar el dominio de una amplia gama de estrategias analíticas y de observación desarrolladas a partir de los métodos habituales de investigación aportados por las distintas ramas científicas a lo largo de su etapa académica y la concreción en el trabajo correspondiente.
12. Aplicar en el entorno profesional los conocimientos, metodologías y técnicas adquiridas a lo largo de la formación académica de grado y desarrollarlas con un alto grado de responsabilidad, en un contexto tanto nacional como internacional, con compromiso ético y capacidad de integración en la interculturalidad con equipos multidisciplinares.

## **5.- CONCLUSIONES**

Los estudios de hostelería en España tradicionalmente a diferencia del resto de países europeos no han estado incluidos en los catálogos de titulaciones oficiales por lo que han tenido un enfoque marcadamente profesional, siguiendo el modelo de las escuelas de hostelería francesas y suizas.

La adaptación de los estudios universitarios al espacio europeo de enseñanza superior presenta la posibilidad de integración de los estudios de hostelería en la educación universitaria oficial, con la aparición en el futuro de diversos grados en hostelería.

Ante el reto que presenta la posibilidad de las nuevas titulaciones y la necesidad de de conocer y elaborar unos planes de estudio adaptados a las necesidades cambiantes del sector hotelero, con un perfil claramente gerencial a diferencia del modelo imperante. La comunicación pone de manifiesto la necesidad de unas enseñanzas basadas no solo en conocimientos sino también en habilidades que tienen una marcada orientación al cliente elemento clave en el que se basa la competitividad de la industria hotelera.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Cifre, E. (2006): Las competencias genéricas y los titulados universitarios en las Islas Baleares. Palma: UIB.

Fernández Noriega J.L. (2004): La calidad en el turismo. Mercado de trabajo: Formación y capital humano. Cajamar.

Mairata et al (2008): Guía para la elaboración y El diseño de los títulos de grado. Palma: UIB.

Mertens L. (1996): Competencia Laboral: Sistemas, Surgimiento y Modelos. Cinterfor-ILO, Montevideo.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Secretaría General de Turismo (2008): Plan de Turismo español horizonte 2020 Madrid.

Montaño, J.J. i Pinya (2009): Orientaciones y criterios de la UIB para adaptar la docencia al EEES. Palma: UIB.

Palmer, A. et al (2008): Las competencias transversales en la educación superior. Una visión académica. Palma: UIB.

# **CRISIS ECONÓMICA Y TURISMO EN ESPAÑA: OPORTUNIDADES PARA LA MEJORA DEL EMPLEO Y LA FORMACIÓN TURÍSTICA**

ADELA MARISCAL GALEANO  
Consultora turística. Sevilla

## **RESUMEN**

La crisis económica actual ha sacado a relucir las características del empleo turístico en nuestro país. El comportamiento del negocio turístico en esta coyuntura ha provocado el que salieran a la luz todos los males y defectos que desde décadas se vienen denunciando tanto desde las organizaciones sindicales como por parte de los trabajadores.

Ante la bajada de la demanda han sido muchos los negocios que han cerrado sus puertas, o bien han abaratado los precios, ente otras medidas, con las consecuencias irreversibles que las mismas tienen en el empleo turístico.

Quizás si se hubieran afrontado a tiempo las medidas estructurales idóneas tanto por parte de la administración turística, educativa etc., el efecto de la crisis sobre el empleo no hubiera sido tan drástico.

A continuación se va a realizar una aproximación a las oportunidades que se pueden presentar en estos momentos de crisis económica y cómo aprovecharlas para, contra todo pronóstico, consolidar la empresa y los recursos humanos que en ella operan.

## 1.- INTRODUCCIÓN

La actual crisis económica mundial está suponiendo un auténtico varapalo no sólo para las empresas del sector turístico sino también para todos aquellos sectores que, cegados por unos años de euforia consumista y de derroche por parte de los consumidores, creyeron que todo era posible dentro del sistema capitalista y que el consumo podía crecer exponencialmente a costa del endeudamiento de las familias y economías domésticas, pero se ha demostrado que no era así.

Aceptado el engaño en el que se estaban desarrollando muchas actividades económicas, ha tenido que ser el propio sistema capitalista, cuyo sector financiero ha sido el que ha desencadenado esta grave crisis, en un reajuste sin precedentes, el que ha disparado la alarma para hacer recapacitar a todos los sectores económicos sobre el camino que llevaban sus respectivos negocios.

En el sector que nos atañe, el turístico, la crisis económica actual está suponiendo también un serio ajuste que está afectando tanto a los recursos materiales disponibles como a los recursos humanos destinados a satisfacer las demandas de esos turistas-consumidores, que por arte de magia han dejado de venir a nuestro país o se han replegado en sus ciudades de origen a esperar que vengan tiempos mejores para salir a consumir productos turísticos.

Las repercusiones de esta contención del gasto turístico no se han hecho esperar y en la actualidad estamos asistiendo a un proceso de recolocación de las empresas, de reposicionamiento de las mismas ante una realidad adversa, de fusiones entre grandes grupos hoteleros, despidos de trabajadores, expedientes de regulación, recortes de derechos, conflictos laborales etc., medidas que están afectando principalmente a los trabajadores del sector y cuyos efectos hubieran sido más leves si desde los distintos sectores y administraciones implicadas se hubiera hecho hincapié en el tema formativo, entre otros, para que el ajuste del sector en tiempos de crisis hubiera sido más leve.

El empleo turístico, temporal, a pesar de las medidas tomadas en las últimas décadas por acabar con la estacionalidad en el mismo, condicionada a su vez por los flujos turísticos con los efectos que éstos tienen en la consecución de un empleo de calidad, ha sacado a relucir sus miserias, como se verá más adelante y nos ha mostrado la cara más cruda del sistema, el paro, que irremediamente llega cuando la oferta y demanda turísticas se desequilibran y sobran personas en los puestos de trabajos.

Así pues nos haremos las siguientes preguntas: ¿realmente sobran tantas personas en las empresas turísticas? ¿qué tipo de empleo se estaba creando? ¿Había un exceso de oferta?, ¿no sería al contrario, que las empresas estaban apostando por un tipo de turismo insostenible, cayendo en la trampa de las guerras de precios etc. con lo peligrosas que son las medidas tomadas para el corto plazo y el beneficio rápido?

Para responder a las mismas hemos partido de la siguiente hipótesis: en coyunturas de crisis económicas las empresas peor posicionadas son las que destruyen empleo, si antes no han optado por invertir en formación y en fidelizar el capital humano a las mismas.

Los objetivos a conseguir en el presente análisis serán los siguientes:

- analizar la estadística turística para observar la pérdida de empleo en el último cuatrienio, observar su distribución territorial entre las comunidades autónomas con mayor peso turístico y explicar el por qué.
- confrontar las medidas tomadas por sindicatos, patronal del sector y administraciones públicas para frenar esa pérdida de empleo en línea con los planteamientos actuales en cuanto a la formación en turismo.
- analizar las perspectivas de la formación turística en tiempos de crisis y medidas a tomar por los sectores implicados para convertir la inversión en formación en objetivo primordial de las empresas del sector.

## **2.- EL EMPLEO TURÍSTICO EN TIEMPOS DE CRISIS**

Si el turismo es uno de los sectores más sensibles a las coyunturas económicas ni que decir tiene el mercado de trabajo turístico, caracterizado por su inestabilidad, estacionalidad, movilidad y feminización (MARISCAL, 2006:150)<sup>1</sup>. Incluso en épocas de bonanza económica y cuando los negocios han ido bien se ha abusado de la contratación de personal no cualificado para salvar la temporada, con las consecuencias que esta medida puede tener en la prestación de servicios turísticos de calidad.

En coyunturas de crisis económica se resiente el empleo en general<sup>2</sup>, pero además en el caso del sector turístico en el último año se estima se ha perdido en nuestro país un volumen considerable de empleos, concretamente en el segmento hotelero se ha recortado la contratación entre un 10 y un 12%, unos 70.000 empleos. Por tanto, si tanto trabajo cuesta crear un puesto de trabajo, si las administraciones han apoyado y subvencionado a las empresas para que crearan nuevos puestos de trabajo ¿cómo es posible que se destruya empleo con tanta facilidad y en tan poco tiempo?

---

<sup>1</sup> MARISCAL GALEANO, A. y MARCHENA GÓMEZ, J.M. (2006): “Turismo, mercado de trabajo e innovación”, en Estructura económica del turismo, Coords. Sáez Cala, A., Pulido, J.I., Ed. Síntesis, Madrid, pp.141-175.

<sup>2</sup> En la actualidad España encabeza la lista de países donde se ha destruido más empleo (tasa de paro de un 18,1%) y en menor tiempo, duplicando la media de la Eurozona (8,9%) en el verano de 2009.

La reacción del empresariado parece lógica, si no hay turistas no hay negocio y no se puede mantener la plantilla al 100%; círculo vicioso, que no virtuoso, que se genera ante una disminución del número de trabajadores, disminuye a su vez la calidad de los servicios prestados, todos trabajan sin motivación etc.; al final aparecen menos turistas, el hotel o establecimiento turístico deja de ser competitivo y ahora sí que sobran puestos de trabajo. Da la ligera impresión de que muchos negocios han aprovechado estos tiempos de crisis para ajustar sus plantillas y hacer los recortes necesarios para que al final salgan las cuentas, es decir, haya beneficios, y mientras el trabajador sigue realizando sus tareas con la incertidumbre de si el mes siguiente va a poder seguir trabajando o si cuando acabe la temporada alta pasará a engrosar las listas del paro y otra vez más de lo mismo.

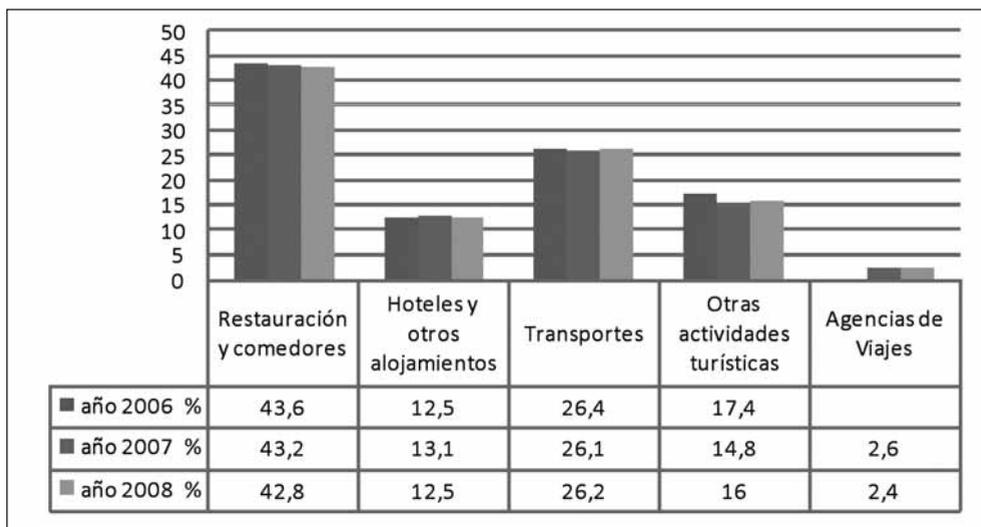
Para analizar la destrucción de empleo turístico en nuestro país, observemos el balance del empleo turístico en el último cuatrienio: el año 2006<sup>3</sup> recoge la cifra de 2.686.690 activos en la industria turística, lo que supone un 6,8% superior a la cifra de 2005. Representa a su vez el 12,4% de los activos en la escala nacional y un 19,6% de los existentes en el sector servicios. Los ocupados fueron casi 2,5 millones, un 6,5% más que el año anterior, de los cuales el 43,6% estaba ocupado en restauración, el 26,4% en transportes, el 12,5 en hoteles y un 17,4% en otras actividades de la industria turística. La tasa de desempleo se situó en el 7% (un 4,5% por encima de la de 2005). El número de parados fue de 188.000, un 11,5% más que en 2005.

Por tanto en el periodo 2006-2008 la población ocupada ha ido variando, como se puede observar en la siguiente figura. Han bajado los porcentajes en todas las actividades turísticas, excepto en el sector del transporte y otras actividades turísticas que han experimentado ligeras mejorías en 2008 respecto a 2007.

---

<sup>3</sup> Instituto de Estudios Turísticos (2007): Balance del turismo en España en 2006, pp.18-19; Nota de coyuntura, Empleo en turismo, 2º trimestre 2009, 4 pp.

**Gráfico 1: El empleo turístico en España. Años 2006-2008. Distribución porcentual de la población ocupada en la industria turística por actividad económica**



Fuente: Elaboración del IET a partir de los datos de la EPA realizada por el INE.

Por territorios y respecto a la población ocupada, en el 4º trimestre de 2008 no se han producido incrementos en ninguna Comunidad autónoma respecto al trimestre anterior. Los mayores descensos de ocupados se observan en Cataluña (96.200 ocupados menos que en el 3er. trimestre), Andalucía (85.600) y Baleares (39.700), comunidades donde la especialización turística es mayor y donde predominan las actividades características del turismo.

Ya en 2º trimestre de 2009 las actividades relacionadas con el turismo registraron 2,5 millones de activos, con un incremento del 3,6% respecto al mismo periodo de 2008. Pero los 2,15 millones de ocupados registraron un descenso interanual del 1,8%. Los parados fueron 351.440, situando la tasa de paro en turismo en el 14,01%, inferior a la de la economía nacional (17,9%), pero superior al sector servicios (9,8%). También se ha producido un descenso de la tasa de paro en turismo en 1,4 puntos porcentuales respecto al primer trimestre de 2009, mientras que la economía en general se incrementó en 0,6 puntos. Se ha producido un incremento interanual de los asalariados en la rama de transportes de viajeros, un fuerte crecimiento de los contratados a tiempo parcial y un incremento de los extranjeros ocupados en turismo.

En cuanto a la distribución territorial del empleo turístico y para el mismo periodo, el panorama por CCAA con peso turístico ha sido el siguiente: incrementaron sus asalariados en turismo Madrid (+3,2%), Cataluña (+0,4%) y Baleares (0,4%). Por el

contrario otras tres registraron importantes descensos del empleo asalariado en turismo: Andalucía y Comunidad Valenciana con una caída interanual de un 6,6 y Canarias de un 6,4%. Así pues, la mayor subida del paro (incluyendo todos los sectores) se ha dado en Andalucía con 145.000 parados más, lo que supone un incremento de 326.300 parados en los últimos 12 meses, situando la tasa de paro en un 21,18%, muy por encima de la media nacional que alcanza el 13,91%. Aún así los mayores incrementos en el número de activos este trimestre se observan en Andalucía con 60.200 personas (incluyendo todos los sectores). Además, en la rama de hostelería y otros alojamientos, excepto Asturias, Cantabria, Extremadura, País Vasco, La Rioja y Ceuta y Melilla que presentan valores positivos, el resto de CCAA ha perdido afiliados a la Seguridad Social.

**Cuadro 1: Trabajadores afiliados en alta laboral en las actividades características del turismo, según alta en la SS. Septiembre 2009**

	Total	Var. intermensual	Var. interanual	Valor medio desde enero	Var. Interanual Valor medio desde enero
<b>Total trabajadores</b>	1.935.224	-2,2	-1,9	1.930.616	-2,3
<b>Asalariados</b>	1.472.140	-2,6	-2,9	1.469.237	-3,3
<b>Autónomos</b>	463.084	-0,8	1,1	461.379	1

Fuente: Ministerio de Trabajo e Inmigración. Datos definitivos.

Los datos anteriores nos muestran una realidad cambiante al parir de la crisis económica que se espera comience a repuntar en 2010. Pero mientras tanto ¿qué hacer?

A continuación analizamos las características del empleo turístico para buscar posibles soluciones en estos momentos de incertidumbre para las empresas y los trabajadores en general.

### 2.1.- Caracterización del empleo turístico

Si en tiempos de bonanza económica el sector turístico ha sido el refugio donde han ido a parar trabajadores de otros sectores en declive, acogiendo la mano de obra excedente, en coyunturas de crisis como la actual está siendo también el sector que está notando más la caída del empleo. El círculo pernicioso que se crea cuando se ralentiza la actividad es una de las dificultades a las que se enfrenta el sector turístico en España, y más en concreto en Andalucía donde la dependencia del sector turístico es mayor si hacemos la comparación con otras regiones o países de nuestro entorno.

Desde hace décadas la estacionalidad de la actividad turística, con las consecuencias para el empleo que todos conocemos, ha sido el gran problema para consolidar las plantillas de las empresas. También la movilidad laboral de dichos trabajadores, la inexistencia de auténticas carreras profesionales hace que dichos trabajadores se desplacen continuamente de un trabajo a otro (cuando lo hay) intentando mejorar sus condiciones laborales y salariales.

Dicha estacionalidad hace que la actividad turística se desarrolle a impulsos y acorde con los tiempos de ocio de las personas que hacen turismo, lo que ha propiciado que el empleo turístico haya sido también estacional. Los esfuerzos de estos últimos años se han dirigido a mejorar las condiciones de trabajo de los profesionales del sector, pero lo máximo que se ha conseguido es que el tipo de contrato predominante, aunque no siempre, haya sido el de fijo-discontinuo, que dentro de las modalidades existentes se ha demostrado como el que mejor puede adaptarse a las características de los negocios turísticos.

Dicho esto, parece obligado pensar que en tiempos de crisis esta modalidad se mantendría como la mejor de las posibles; pues bueno, se está demostrando que incluso este tipo de contrato está en peligro dadas las dificultades de las empresas para mantenerlo a pesar de los incentivos que obtuvieron en su día para convertir contratos precarios en fijos-discontinuos o indefinidos. Esta tipología sigue conviviendo con otros tipos como los contratos en prácticas, a tiempo parcial etc., que cada empresa ha ido ofertando según sus necesidades.

En el 2º trimestre de 2009 **la tasa de temporalidad** en el empleo (proporción de asalariados con contrato temporal sobre el total de asalariados) en el sector turístico fue del 32%, tasa que se ha reducido en 2,1 puntos porcentuales respecto al mismo trimestre de 2008. Así, los contratos indefinidos crecieron un 1,7 mientras que los asalariados temporales descendieron un 7,2% respecto al 2º trimestre de 2008.

En todas las ramas turísticas se incrementaron los contratos indefinidos, excepto en servicios de alojamiento y otras actividades turísticas. A su vez, el empleo autónomo en el sector se ha reducido en un 3,5% en relación al mismo periodo de 2008, descenso generalizado en todas las ramas menos en servicios de comidas y bebidas donde se incrementó un 2,4%.<sup>4</sup>

La temporalidad afectó a más mujeres, tanto en la economía en general como en el sector servicios y en el turismo. Además, el aumento desproporcionado que está experimentando la población activa hace prever que el problema del paro se haga crónico y tengamos que acostumbrarnos a tasas de paro que creíamos descartadas cuando estába-

---

<sup>4</sup> IET (2009): Explotación de los datos de la EPA (INE). Acceso: [www.iet.tourspain.es].

mos instalados en la burbuja inmobiliaria, en la espiral de consumo insostenible y en la ilusión del pleno empleo.

El paro está afectando a los trabajadores con los niveles de formación más bajos. Ésto quiere decir que una parte de la población activa y de los ocupados debería volver a los estudios y la que está en paro debería seguir formándose ya que así aumentaría las posibilidades de encontrar trabajo, dados los entornos cada vez más competitivos dentro y fuera de nuestras fronteras, con lo que se ampliarían los horizontes laborales de la población activa y se ganaría en movilidad geográfica, otra dificultad endémica del mercado de trabajo español.<sup>5</sup>

Desde las instancias educativas de nuestro país se están haciendo serias advertencias a la población activa en el sentido de que, tal como demuestran las cifras, a mejor y mayor formación, mejor nivel de empleo, salario etc. ¿Qué hay que hacer, pues, para incentivar a la población a que mejore sus niveles de estudios? Quizás si se ofrecieran titulaciones demandadas por las empresas y se elaboraran currículos acordes con las demandas de la sociedad la cosa variaría. Una oportunidad que se abre con la adaptación de los planes de estudio a la nueva realidad de un mercado de trabajo cada vez más globalizado.

### **3.- FORMACIÓN EN TURISMO**

El tema del paro está directamente relacionado con la formación. Resulta evidente que se han logrado mejoras, nada más hay que observar los cambios que se han producido en los planes de estudio desde la Formación Profesional hasta los estudios universitarios, ¿Dónde está el fallo? ¿Dónde se puede mejorar la calidad de la enseñanza turística? Los títulos que se extienden ¿son los que realmente necesita la empresa turística? El ajuste formación-empleo ¿se ha conseguido? Las medidas normativas más recientes ¿conseguirán corregir los déficits estructurales que presenta el sector?

Los resultados son variopintos y según desde la perspectiva que se analice el problema las opiniones variarán, pero la contundencia de las cifras está ahí. Así, las cifras de ocupados según ramas del sector turístico y por niveles formativos son las siguientes:

---

<sup>5</sup> El recientemente aprobado Decreto 335/2009, de 22 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de la Formación Profesional para el Empleo en Andalucía (BOJA nº 195 de 5 de octubre de 2009), viene a potenciar el valor de la formación tanto para los que están ya dentro del sistema como para los de nuevo ingreso, haciendo hincapié en que la formación debe durar toda la vida, enlazando con las pautas marcadas desde la Unión Europea para todo el territorio de la Unión en el marco de la Estrategia Europea de Empleo.

**Cuadro 2: Ocupados por formación según ramas del sector turístico. Año 2008**

Sectores	Primarios	%	Secundarios	%	Superiores	%
Hoteles y otros alojamientos	56.923	13,3	201.608	12,3	69.378	12,5
Restauración y comedores	218.798	51,0	746.236	45,7	155.109	28,0
Transporte	110.623	25,8	442.090	27,1	134.762	24,3
Otras actividades turísticas	42.491	9,9	243.862	14,9	195.633	35,3
<b>Total sector turístico</b>	<b>428.834</b>	<b>100,0</b>	<b>1.633.796</b>	<b>100,0</b>	<b>554.882</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración del IET a partir de la EPA (INE)<sup>6</sup>

En términos de evolución interanual en 2008 ha caído el número de ocupados en turismo con estudios primarios, el colectivo con estudios superiores creció un 0,8%, dándose el mayor crecimiento en los ocupados con estudios secundarios, un 3,1%.

La experiencia en nuestro país ha demostrado los beneficios que aporta al sistema buenos planes de formación para los trabajadores del sector. Lo que resulta problemático es el incentivar a unos trabajadores lastrados por condiciones laborales no óptimas, con sueldos bajos etc. y a los que se les exige la máxima productividad en todo momento. Por otro lado, y como ya se ha apuntado, recordar que formación y empleo van unidos, porque quienes tienen más formación tienen más posibilidades de permanecer en el empleo y de retornar al mismo si lo han perdido.

#### **4.- RESPUESTAS ANTE LA CRISIS Y RECOMENDACIONES EN EL TEMA FORMACIÓN Y EMPLEO**

A continuación se analizan las distintas respuestas dadas por la patronal del sector, los sindicatos y trabajadores, así como los sistemas educativo y de empleo.

##### **4.1.- La respuesta del empresariado**

La primera reacción o respuesta ante la crisis por parte del empresariado se ha traducido en despidos, no renovación de contratos, cierre de establecimientos etc. Los datos del número de despidos en empresas turísticas nacionales y de cierres de establecimientos y negocios turísticos ponen en cuestión un sistema que se ha sustentado en épocas de bonanza económica en la obtención del máximo beneficio a costa de todo. Claro que no todas las empresas han cerrado sus puertas, muchas también han sido las que, aprovechando estos momentos de crisis, han replanteado sus sistemas de gestión,

---

<sup>6</sup> Datos absolutos y porcentaje vertical. Año 2008

han optado por mantener las plantillas y han fomentado el tema formativo, conscientes de que toda crisis cíclica al final es superada con más trabajo y apostando por consolidar las empresas y propiciando la fidelización de los trabajadores a las mismas, y después de los turistas.

Desde el sector empresarial<sup>7</sup> se señala que “la gran paradoja de los hoteleros es que, aunque reivindican la formación de personal como una de las bases del sector, lo primero que hacen las empresas en tiempos de crisis es reducir las plantillas. La solución más fácil y no siempre la mejor para las cadenas cuando tienen que reducir costes es recortar el número de trabajadores. Se trata de una cuestión sobre la que debería reflexionar el sector ya que, si tanto importa la formación, es muy cierto que se trata de una “gran paradoja” que lo primero sea despedir trabajadores”.

También se apunta<sup>8</sup> “la necesidad de flexibilizar la contratación laboral para evitar que se cierren hoteles, una reivindicación que, desde hace tiempo, reclama la patronal empresarial española. En un momento de destrucción de empleo, muchos expertos sostienen que una reforma laboral ayudaría a reflotar las empresas y a crear empleo. Sería una cuestión que habría, al menos, que discutir entre Gobierno, empresarios y sindicatos porque dar largos continuamente sobre esta materia, no sirve para nada”.

En la actualidad el reto que se le presenta al sector turístico ante la innovación y el capital humano pasa por usar la tecnología en los procesos formativos. Esta nueva realidad del mercado de trabajo turístico está relacionada con la inversión en innovación y con el capital humano y social que opera en el sector. El principal beneficio para las empresas consiste en la posibilidad de ofrecer formación turística on line a sus trabajadores en el mismo centro de trabajo, sin tener éstos que desplazarse del lugar de residencia, optimizando así el tiempo y la economía, ya que resulta, al final, un sistema rentable. Las características sustanciales del mercado de trabajo turístico propicia que esta metodología aproveche las mismas y convierta las desventajas en oportunidades. La misma estacionalidad de los flujos turísticos puede suponer que el tiempo de menos trabajo se emplee para la formación de los trabajadores, optimizando de nuevo el periodo de impasse que irremediablemente se presenta en la temporada media y baja en algunos territorios turísticos.

Un ejemplo, respecto al segmento Agencias de Viajes, sería la propuesta que se realiza para que la capacitación online de agentes de viajes sea un objetivo prioritario en sus actividades. Así manifiestan<sup>9</sup>: “Nunca como ahora la ocasión ha sido más propicia para llevar a cabo acciones de e-learning. El tiempo del agente, generalmente escaso, es

---

<sup>7</sup> Declaraciones del Consejero Delegado del Grupo Hesperia. Año 2009.

<sup>8</sup> Presidencia de CEHAT. Año 2009

<sup>9</sup> AMAVE, septiembre 2009.

hoy mayor, a causa de la caída del consumo. Además, centenares de agentes han perdido durante el último año su puesto de trabajo y, en su mayoría, de lo que disponen, precisamente, es de tiempo para formación. Una oportunidad única para actualizar conocimientos y, en suma, para elevar el valor del capital humano del sector”.

#### 4.2.- La respuesta de los sindicatos y los trabajadores

Desde la óptica sindical se sigue apostando hoy por<sup>10</sup> “un modelo turístico basado en la calidad en el empleo, mayor aportación formativa y mejora del bajo perfil tecnológico, que se adapte a la nueva planificación de la demanda, basada en la búsqueda de ofertas por Internet para períodos cortos y difusos durante todo el año. Hay también que aprovechar la potencialidad del modelo turístico en nuestro país mediante una oferta personalizada al cliente, no masiva e indiferenciada, lo que tiene mucho que ver con la estabilidad y la formación en el empleo, ya que el factor humano en la oferta turística es muy importante. Se señala también que la calidad del servicio se hace con profesionales que tienen que formarse permanentemente. Muchos jóvenes en España optan por la formación en turismo porque hay una oferta amplia de empleo, pero lógicamente ello debe incidir en los tres subsistemas y no sólo a través de la licenciatura en turismo. Podemos tener muchos directores de hotel, pero faltan camareros, cocineros y recepcionistas”.

Por otra parte, se defiende “un modelo ordenado en el tiempo y en la forma, frente a una oferta desmesurada sin ningún control”. El objetivo es exigir a las distintas administraciones públicas soluciones y medidas para reducir la elevada precariedad laboral y, consecuentemente, lograr una mayor estabilidad en el empleo.

También se incide en la importancia de apostar por un modelo turístico de calidad que no compita con precios bajos y se recalca la necesidad de mejorar las condiciones laborales del sector hostelero para mejorar a su vez la calidad del servicio prestado. En este sentido, se hace especial hincapié en la, cada vez mayor, presencia de trabajadores inmigrantes en la hostelería nacional, realidad que ha ido aumentando con el paso del tiempo hasta el extremo de que cada vez en los procesos de regularización de extranjeros se presentan más solicitudes para esta actividad profesional (19% en los últimos años).

En la coyuntura actual, al trabajador, la parte más débil de la cadena productiva, sólo le queda aprovechar el tiempo en formación y reciclaje. Los sindicatos han intentado ofertar formación de calidad, mejorar las condiciones de trabajo a la hora de negociar los convenios colectivos correspondientes y mantener una postura de fuerza ante la pérdida de puestos de

---

<sup>10</sup> Declaraciones efectuadas por líderes sindicales en el III Congreso Ordinario de la Federación de Trabajadores de Comercio-Hostelería de la UGT, celebrado en Valencia en 2005 y que hoy siguen vigentes.

trabajo. Si a su vez la administración dispone los recursos necesarios, el trabajador se puede acoger a la amplia oferta formativa existente en la actualidad para seguir con su proceso de aprendizaje, que debería ser continuado a lo largo de toda su vida laboral.

También habrá que potenciar la dimensión transnacional de la formación ante los retos que se le presentan al mercado de trabajo español, apareciendo así nuevas oportunidades de seguir con la formación en otros ámbitos y países. Los programas comunitarios integrados en las iniciativas sobre educación y formación tales como Comenius, Erasmus, Leonardo da Vinci y Grudtvig bajo el programa Lifelong Learning Programme no hacen sino eliminar barreras y posibilitar la libre circulación de trabajadores y mano de obra por toda Europa, por lo que resulta de vital importancia el aprendizaje de idiomas y adquirir habilidades nuevas para adaptarse a entornos nuevos y cambiantes.

Se impone, pues, el Aprendizaje Permanente, considerado un pilar fundamental de la Estrategia Europea de Empleo para responder a los cambios económicos y sociales fruto de la mundialización y reforzar el empleo, la reforma económica y la cohesión social como parte de una economía basada en el conocimiento.

Así pues, sería conveniente propiciar el intercambio de trabajadores entre las empresas, promover estancias profesionales en establecimientos turísticos de otros países, hacer permutas con los mismos, potenciar el aprendizaje de lenguas extranjeras la realización de prácticas en empresas, cursos etc., y caso de que no hubiera posibilidad de movilidad física siempre quedarán las herramientas informáticas ya descritas, tan útiles para avanzar en el conocimiento de otros procesos de trabajo, idiomas, culturas etc.

#### 4.3.- La respuesta de la administración educativa y de empleo

El diagnóstico que se realizó del Sistema Formativo del Turismo Español en el año 1999<sup>11</sup> ya señaló que la formación reglada: Superior (DT y DEAT) y Profesional (con sus ciclos superiores y medios) y no reglada (postgrado, continua, ocupacional y superior-hostelería y turismo) presentaba una casuística especial por cuanto se observaban varias cuestiones como por ejemplo la convivencia de la formación reglada con la no reglada incluso en el mismo centro o universidad; una diferencia destacada entre la formación en turismo y la formación en hostelería, la intervención cada vez mayor de las administraciones locales y autonómicas, así como de las asociaciones empresariales para potenciar la formación turística especialmente en hostelería y en estudios de carácter específicos como son determinados postgrados, entre otras cuestiones.

---

<sup>11</sup> Ministerio de Economía, (1999): Modelo de Formación Turística, Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, Ministerio de Economía de España, Madrid, 42 pp. Acceso: [<http://www.losrecursoshumanos.com>].

Así las cosas, con los años todo el sistema ha sufrido cambios importantes, uno de ellos relacionado con la aparición, entre otros, de nuevos métodos de enseñanza, en especial los relacionados con las nuevas herramientas informáticas a través de Internet. Los empresarios y trabajadores también han valorado las ventajas cualitativas que puede suponer el incorporar la tecnología al quehacer cotidiano, no sólo para tareas de gestión y comercialización de la empresa turística, entre otras, sino también para la puesta al día en nuevos conocimientos de los implicados en el sistema turístico.

El papel a desempeñar ante este nuevo desafío por parte de las distintas administraciones públicas con competencias en materia turística, educativa y de empleo, el empresariado turístico, las empresas de formación, los sindicatos más representativos del sector y los trabajadores, se torna de vital importancia ante el reto de la globalización, la competitividad y la calidad en la prestación de servicios turísticos. Este panorama nos alerta de la dimensión de los recursos humanos del sector, susceptibles de ser formados y de formarse ellos mismos en aras de obtener más y mejores conocimientos sobre las tareas que les atañen.

En la actualidad, España presenta un sistema educativo en plena remodelación para su adaptación a los retos que presenta el mercado de trabajo. La apuesta por la Formación Profesional para el Empleo como subsistema de la FP dentro de las políticas activas de empleo, integrando la Formación Continua y la FP ocupacional, los nuevos métodos de enseñanza on line, la adecuación de los planes de estudios a Bolonia etc. están suponiendo una auténtica puesta a punto de los contenidos formativos y de las titulaciones y especialidades. Tanto el sistema educativo como las políticas de empleo deben confluir armónicamente para que, atendiendo las demandas y reivindicaciones de los ciudadanos, se resuelva decididamente el divorcio existente entre el mundo de la educación y el del trabajo.

La formación en el sector turístico ha vivido en las últimas décadas un resurgimiento que debería de haber servido para sentar unas bases más sólidas de las existentes en la actualidad. Se han destinado muchos recursos tanto desde la Administración central como desde la autonómica, pero queda un largo camino por recorrer.

Es en este escenario donde cobra importancia el uso de mundos virtuales y la formación on line como método de aprendizaje, uno de los más idóneos para los trabajadores del sector turístico, por la flexibilidad que presenta a la hora de la transmisión de conocimientos tanto para los que están ya dentro del sistema como para los que pretenden incorporarse a la industria turística. Como experiencia se puede reseñar la evaluación realizada en el año 2007<sup>12</sup> por un equipo de la Universidad de Sevilla a instancias

---

<sup>12</sup> Grupo de Investigación IDEA (2007): Análisis del e-learning en el sector turístico de Andalucía, Universidad de Sevilla, Novasoft y Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, 80 pp.

de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía. Dicho análisis demostró las excelentes posibilidades que se presentaban para esta modalidad de enseñanza aplicada a las materias turísticas.<sup>13</sup> El e-learning en el sector turístico se está convirtiendo en una modalidad de enseñanza que va encajando perfectamente con las características singulares del empleo turístico y aunque éste revista características que en principio pueden limitar el tema formativo, sin embargo suponen una oportunidad para el desarrollo de dicha modalidad de enseñanza.

## 5.- NUEVAS ESTRATEGIAS FORMATIVAS EN TURISMO

Ante una realidad en la que la demanda de cualificación es cada vez mayor en los empleos turísticos, en que se introduce la productividad del trabajo como factor de competitividad y aceptado por todas las partes que a mejor formación mayores posibilidades de encontrar empleo y de prosperar dentro de las empresas, analizaremos las nuevas estrategias a seguir en el corto y medio plazo.

Respecto a la formación reglada superior aparece el reto de la adaptación al Plan Bolonia, al cual se irán incorporando los diferentes centros formativos sin vuelta atrás. Supondrá que los estudios de turismo sean equiparados al resto de estudios universitarios. A partir de ahora el Grado es igual para todos, las antiguas diplomatura y licenciatura se equiparan en estudios de cuatro años, lo que supone un beneficio claro para las diplomaturas. Además la nueva normativa permite la transmisión automática de créditos básicos (hasta un total de 60) entre todas las titulaciones pertenecientes al área jurídico-social, por lo que los Grados en Turismo tendrán estos créditos reconocidos en carreras como Economía, Derecho o Periodismo.

Los cambios que introduce el nuevo sistema son que a partir de ahora los planes de estudios no serán diseñados por el Ministerio de Educación; los grados son propuestas individuales de cada institución, que, junto al programa, presentan un plan de viabilidad de los estudios en la zona en la que se van a impartir, datos sobre recursos disponibles, ordenación académica y garantía interna de calidad. Ésto supone la puesta en marcha de un sistema de control de calidad que primero evalúa los proyectos presentados para su posterior autorización tanto por el Ministerio como por cada Comunidad Autónoma, para pasar a auditarlos en cuanto estén todos implantados plenamente. También la metodología introducirá elementos nuevos y medirá el trabajo del alumno, lo que supone un importante reto para los profesores, que tienen que modificar su mane-

---

<sup>13</sup> MARISCAL GALEANO, A. y MARCELO, C. (2007): "El e-learning en el sector turístico andaluz: estado de la cuestión", en Jornadas sobre investigación turística, AECIT y Universidad de Granada, Granada, 17 pp. Acceso: [<http://www.aecit.org/jornada/jornada.html>].

ra de impartir la enseñanza. Se reducirán las clases magistrales y aumentarán las clases prácticas y los seminarios, pasando la responsabilidad del aprendizaje al alumno. También el Grado se debe diseñar de acuerdo a un perfil profesional presente en el entorno laboral de la universidad. Una vez finalizados los estudios la inserción laboral de los graduados será uno de los indicadores de calidad a medir. La ventaja para las instituciones con experiencia en enseñanza de Turismo es que este enfoque se basa en los principios en los que se inspiraban los anteriores estudios de Turismo, que incorporaban profesionales como profesores y tenían una aceptación laboral mucho mayor que el resto de estudios universitarios. También se establecerán tablas de convalidación de estudios para los TEAT, DEAT y Diplomados en Turismo, para que puedan acceder al Grado.

Las nuevas estrategias deberán contar en todo caso con lo aprobado en las instancias europeas y cuya implantación se irá haciendo progresivamente según las necesidades y recursos de cada centro educativo. Las directrices son claras y el Plan Bolonia aunque no convenza a todos, se implantará muy a pesar de los escépticos y de los alumnos que no entendieron que el proceso educativo era bidireccional y que lo que realmente importa es la interacción alumno-profesor para que el proceso se desarrolle adecuadamente.

Respecto a la enseñanza no reglada (postgrado, continua, ocupacional y superior) habrá que ir adaptando los contenidos formativos a la necesidades reales del sector, reciclar al profesorado, ajustar el binomio formación-empleo, hacer copartícipes del tema formativo a todos los implicados en la industria turística (empresariado, sindicato, trabajadores, administraciones públicas) en una apuesta decidida por la calidad y por la mejora de todo el sistema educativo en turismo en España.

## **6.- CONCLUSIONES**

La coyuntura actual de crisis económica ha hecho reflexionar a todos los implicados en el sistema turístico español sobre la capacidad de sus empresas para ofertar un producto de calidad. Las medidas tomadas para intentar sobrellevar la crisis como han sido el despido de trabajadores, la bajada de precios, el cierre de empresas, la contención de costes etc. no han hecho sino confirmar que el modelo tiene que ser cuestionado y que no era tan sostenible como parecía.

Las reivindicaciones por parte de los sectores implicados siguen insistiendo en la mejora de la calidad en el empleo, con el objetivo de hacer una apuesta decidida por el tema formativo, que sigue siendo la pieza clave para consolidar las plantillas de las empresas turísticas y para conseguir esos niveles de calidad que tanto aprecia el consumidor final, el turista.

Evidentemente se ha avanzado en el tema formativo pero aún existen problemas estructurales. La nueva realidad que se presenta con la aplicación de tecnologías a la formación

turística es una ventaja competitiva dada la casuística del comportamiento del mercado de trabajo turístico; además se pueden resolver los problemas que se presentan por trabajar en el medio rural o en zonas no desarrolladas turísticamente, por ser discapacitado o por necesitar conciliar la vida familiar y laboral etc. Hay, pues, que aunar esfuerzos en este sentido.

Las mismas desventajas que se pueden apreciar en el funcionamiento de dicho mercado turístico pueden suponer una ventaja, ya que se presenta la oportunidad de aprovechar el tiempo de no trabajo y convertirlo en tiempo de formación.

Las perspectivas que se presentan para consolidar un buen sistema de formación en turismo son excelentes, pero habría que optar por la implicación de las distintas administraciones públicas, así como de las empresas y los trabajadores. De ésto dependerá el futuro de nuestro turismo, independientemente de que, como en esta ocasión, nos toque capear el temporal de la crisis económica.

## BIBLIOGRAFÍA

European Commission (2006): An exhaustive analysis of employment trends in all sectors relates to sea or using sea resources, Country report-Spain, Ecotec Research & Consulting, Acceso: [<http://www.ecotec.com>]

Grupo de Investigación (2007): Análisis del e-learning en el sector turístico de Andalucía, Universidad de Sevilla, Novasoft y Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, 80 pp.

Instituto de Estudios Turísticos (2007): Balance del turismo en España en 2006, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid, pp.18-19.

- (2008): Balance del turismo en España en 2007, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.

- (2009): Empleo en turismo, Encuesta de Población Activa, 2º trimestre de 2009, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid, 4 pp. Acceso: [<http://www.iet.tourspain.es>].

Junta de Andalucía (2009): Decreto 335/2009, de 22 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de la Formación Profesional para el empleo en Andalucía, Consejería de Empleo, Junta de Andalucía, BOJA nº 195, de 5 de octubre, Sevilla, 10 pp.

Mariscal Galeano, A. (2003): “La formación turística en Andalucía: input para la mejora de la calidad del empleo turístico”, en Cuadernos de Turismo, nº 12, Universidad de Murcia, Murcia, pp. 93-117.

- (2005): Mercado de trabajo y turismo en Andalucía: actividad, ocupación y paro (1990-2003), Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía, Sevilla, 456 pp.

Mariscal Galeano, A. y Marchena Gómez, J.M. (2006): “Turismo, mercado de trabajo e innovación”, en Estructura económica del turismo, Coords. Sáez Cala, A., Pulido Fernández, J.I., Ed. Síntesis, Madrid, pp.141-175.

Mariscal Galeano, A. y Marcelo, C. (2007): “El e-learning en el sector turístico andaluz: estado de la cuestión”, en Jornadas sobre investigación turística, AECIT y Universidad de Granada, Granada, 17 pp. Acceso: [<http://www.aecit.org/jornada/jornada.html>].

Ministerio de Economía, (2000): Elaboración de un modelo de Formación Turística, Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, Ministerio de Economía de España, Madrid, 42 pp. Acceso: [<http://www.losrecursoshumanos.com>].

OMT (2009): 5<sup>th</sup> UNWTO International Conference on Tourism Statistics. Tourism: an engine for employment creation, Bali, April. Acceso: [<http://www.unwto.org/statistics/>].

(2009a): Tourism and the G20 Summit, World Tourism in the Face of the Global Economic Crisis, Madrid, May. Acceso: [<http://www.unwto.org/trc/index/>].

Servicio Andaluz de Empleo (2009): El empleo en el sector turístico andaluz, 2008, Consejería de Empleo, Junta de Andalucía, Observatorio ARGOS, 144 pp. Acceso: [<http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/oficinavirtual/web/e/ARGOS>].

UGT (2004): La formación dentro del sector turístico de Andalucía, UGT Andalucía.

-(2005): Actas del III Congreso Ordinario de la Federación de Trabajadores de Comercio-Hostelería de la UGT, Valencia



# LA CIENTIFICIDAD EN EL DISCURSO ACADÉMICO DEL TURISMO EN MÉXICO

SALVADOR GÓMEZ NIEVES  
Universidad de Guadalajara. México

“Si quieren averiguar algo sobre los métodos que usan los físicos teóricos, les aconsejo que observen rigurosamente un principio: no escuchen lo que ellos dicen sino más bien fijen su atención en lo que hacen”

Albert Einstein (1879-1955)

## 1.- INTRODUCCIÓN

En numerosos congresos y escritos sobre el turismo se ha hablado repetidamente de los avances y aportaciones de las investigaciones académicas realizadas en México, del camino que ha seguido esta tarea científica, de los grandes esfuerzos que se han hecho, de las principales limitaciones que se tienen en la materia, así como de los nuevos rumbos que debería tomar la indagación sistemática acerca de lo turístico (véanse, por ejemplo, a Rodríguez Woog, 1985, Gómez Nieves, 2005a, Guevara Ramos, 2006, y Espinosa Castillo, 2007). Sin embargo, rara vez se han examinado el estatus epistemológico de los conocimientos y el modo en que se construye, crea y produce este corpus,<sup>1</sup> mucho menos se han tratado las posturas filosóficas que adoptan los estudiosos del turismo en sus trabajos.

---

<sup>1</sup> No obstante reconozco que en el medio académico de México existen ciertas reflexiones epistemológicas acerca de la investigación turística y el modo en que se construye su conocimiento (véanse, por ejemplo, el texto de Castillo Néctar y Lozano Cortés, 2006, el Apéndice de libro de Castillo Néctar, 2006, los artículos de Conde Gaxiola, 2006 y 2008), el interés por la ciencia en la mayoría de los intelectuales, tal como se analiza en el escrito, no ha sido muy genuino. En el ámbito latinoamericano, consúltese la obra de Alexandre Panosso Netto (2005), quien ofrece una visión optimista sobre esta temática.

En varios artículos se ha discutido el papel que debería desempeñar la ciencia en la investigación turística no sólo para iluminar las posibles acciones alternativas y sus consecuencias, como bien apunta uno de los más importantes físicos del siglo XX, Carl Sagan (2005), sino incluso para formar mejores profesionistas ya que la ciencia es y debe ser parte de la cultura de las universidades (véase a Gómez Nieves, 2005b, 2006a y 2007).

Conviene apuntar que en trabajos anteriores, como en éste, se manifiesta una posición radicalmente escéptica respecto a la objetividad y la racionalidad en turismo, principios característicos del conocimiento científico. De ahí que este ensayo tiene como propósito primordial argumentar por qué el discurso académico del turismo, por lo menos en México, está muy lejos de alcanzar la invocada científicidad tal como pregona Jafar Jafari, jefe editor de la revista *Annals of Tourism Research*, en su trabajo titulado “The scientification of tourism” (Jafari, 2001) que se retomará posteriormente. En cuanto al propósito secundario, dar pistas de cómo las carreras universitarias y sus productos de investigación (conocimiento) pueden tener la credibilidad académica, a través de promover una cultura intelectual y un alfabetismo científico.

La tesis central que se asume aquí es que las graves deficiencias teóricas y epistémicas que muestra la investigación académica del turismo en México, se originan por las concepciones erróneas que los estudiosos poseen acerca de “¿Qué es esa cosa llamada ciencia?”, (como el título de la popular obra de Alan F. Chalmers, 2000). ¿Para qué sirve?, ¿cómo se construye?, ¿cuál es su producto? y ¿qué es lo que le da rigor científico al conocimiento?

El presente artículo se sitúa en el discurso académico, entendido como aquel conocimiento escrito que construyen primordialmente los profesores e investigadores universitarios, así como el que se genera a través de las tesis de los programas de estudio de posgrado. En otras palabras, en este ensayo se descarta el discurso del turismo concebido por las dependencias oficiales o por la labor de consultoría realizada fuera de las instituciones de educación superior (IES) en México, habida cuenta de su carácter político y privado hay una notoria ausencia epistémica, científica y crítica en sus trabajos desde el momento en que no se publican en revistas especializadas, ni se cuestiona ante la comunidad intelectual.

Para efectos del objetivo propuesto, a lo largo del documento se exteriorizan diversas aseveraciones o casos acerca de la práctica de indagación y de su producto, como testimonios o pruebas que aspiran a demostrar la verdad de las afirmaciones formuladas, las que descansan en una amplia revisión documental de libros, tesis de grado, proyectos de investigación, además de artículos y ponencias publicadas (aunque como es obvio, este quehacer fue inagotable). La tarea documental se complementó con las experiencias obtenidas sobre este tema, a través de múltiples participaciones del que autor,

sea como ponente o conferencista de congresos, seminarios o foros nacionales e internacionales, donde se ha tenido la oportunidad de discutir mis ideas y posturas con nutridos especialistas.

Ahora bien, con la finalidad de discernir entre lo que es ciencia o pseudo-ciencia, entre lo que es una descripción adecuada (o verdadera) o lo que está en error; entre lo que es un discurso consistente y un discurso inconsistente; pero también con el objeto de examinar acerca de la ética o el deber del investigador, se tuvo que familiarizar con la vasta literatura contemporánea sobre filosofía de la ciencia.

Cabe dilucidar también que la posición crítica reflejada en este trabajo no pretende atacar a personas, a organismos o a la investigación y la educación turística en sí mismas, sino poner en guardia a quienes trabajan con el conocimiento en esta área, muy especialmente a los estudiantes, frente a quienes han tolerado e incluso fomentado las disertaciones académicas falaces y erróneas. Al contrario, persigue reorientar la tarea de indagación en el turismo, ya que si queremos consolidar la tarea científica en nuestro campo de acción, no se debe trivializar la cuestión epistemológica.

Así pues, el escrito está estructurado en tres grandes apartados. En el primero, se resaltan y se denuncian algunos problemas o malas actitudes que exhiben casi siempre los investigadores en turismo, y que están obstruyendo el avance científico. En la segunda parte, a partir de las reflexiones anteriores y una vez de hacer explícita las nociones de ciencia, conocimiento científico y método científico, se argumenta en mayor medida ¿qué tan científico es el discurso académico del turismo? Finalmente, en el tercer apartado y a modo de conclusión, se presentan, como producto de la praxis como profesor e investigador, dos acciones generales, distintas a lo que se ha venido planteando en nuestro medio, como ideas que buscan contribuir a darle solidez científica al saber turístico.

## **2.- LOS SIETE PROBLEMAS Y MALOS HÁBITOS EN LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA**

Entre los problemas o malos hábitos académicos que aquí se analizan brevemente, destacan los siguientes: I) la poca claridad y precisión del discurso. II) Lo descriptivo y especulativo de los trabajos. III) El «casarse» con las ideas de famosos autores y el aceptar acríticamente modas intelectuales. IV) El soslayar los aportes de las ciencias sociales y el utilizar disciplinas fragmentadas. V) El énfasis en la turismología. VI) El desconocimiento de las controversias filosóficas. VII) Las imposturas intelectuales. Veamos más de cerca cada uno de estos puntos.

## 2.1.- La poca claridad y precisión del discurso

Se puede afirmar que una gran parte de la escasa investigación teórica o pura en turismo -la cual privilegia el examen de los conceptos y de sus relaciones- que en los últimos años se viene desarrollando en México, deja mucho que desear para la ciencia, por su oscuridad y ambigüedad, así como por estar lanzando al rostro de lectores un bagaje de términos propios de la jerga intelectual (p.e. postmodernismo y sistemas complejos), sin que antes se validen su pertinencia y si tienen sentido para la explicación del turismo. Un lenguaje tan confuso como se denota en bastantes estudios, es lo peor que le puede ocurrir al conocimiento turístico.

Al respecto, Mario Bunge subraya en que toda indagación que no dilucide los conceptos clave que maneja y cualquier publicación incomprensible, son prácticas moralmente incorrectas (Bunge, 2005: 15 y 78) y de suma gravedad para la tarea científica y el quehacer docente, pues sus autores tienen una gran influencia entre sus discípulos y un impacto profundo en la educación superior, debido a que sus escritos se diseminan cada vez más en la academia. Por lo tanto, toda investigación o texto requiere de un pensamiento claro, preciso y lógico. Decía Albert Einstein: “si tu intención es describir la verdad, hazlo con sencillez y la elegancia déjasela al sastre”.

## 2.2.- Lo descriptivo y especulativo de los trabajos

La investigación turística es un área relativamente nueva dentro del quehacer científico mundial, pues apenas pasa de las tres décadas, mientras que las ciencias sociales surgieron como disciplinas desde hace más de dos siglos, con la historia y la economía. No es sino hasta los años setenta cuando este fenómeno social se vuelve foco de atención para investigadores de distintos campos de estudio: geógrafos empiezan a estudiar la capacidad física de los proyectos; ecologistas a analizar los impactos del turismo en el medio ambiente; mercadólogos a entender el comportamiento de los viajeros o huéspedes; antropólogos a tratar de descifrar la peregrinación, el pasatiempo y el ritual turístico, mientras que sociólogos a comprender la relación turista-poblador.<sup>2</sup>

Empero y pese a los progresos registrados en la academia de turismo, principalmente en el contexto internacional, buena parte del trabajo que se ha venido desarrollando en México sigue siendo harto descriptivo, tal como se manifestó hace más de veinte años en el Primer Congreso Nacional de Investigación Turística<sup>3</sup> (antecedentes que reve-

---

<sup>2</sup> En esa misma época surgen en las IES estadounidenses las principales revistas académicas y científicas del ramo, consideradas hoy en día como las más prestigiadas de carácter internacional y de gran influencia entre la comunidad científica, como: *Annals of Tourism Research* de la Universidad de Wisconsin-Stout y el *Journal of Travel Research* de la Universidad de Colorado.

<sup>3</sup> Rodríguez Woog, Manuel (1989), “El conocimiento científico del Turismo. Reflexiones y consideraciones generales”, ponencia presentada en el Primer Congreso Nacional de Investigación Turística, organizado por la Universidad de Guadalajara en 1987; publicada en el libro coordinado por Daniel Hiernaux Nicolás.

lan lo descriptivo, se localizan en la pila de estudios que caracterizan al viajero o turista o aquellos que aplican el modelo sobre los “ciclos de vida de los destinos turísticos”, el cual se analizará en líneas ulteriores).

Sin tratar de minimizar la importancia de los estudios descriptivos, convengo con el epistemólogo Mario Bunge en que estos son necesarios pero insuficientes en la tarea científica, por lo que se debería explicar los datos y cuando sea posible también predecirlos (Bunge, 2005: 14). De igual forma, el filósofo Fernando Leal Carretero hace mención: “...a donde quiere llegar la ciencia es a la explicación; y en este sentido por supuesto que una investigación explicativa es mejor que una investigación descriptiva vista desde la perspectiva de la acumulación de conocimiento. Sin embargo, para llegar a la explicación hay que pasar por la descripción” (Leal Carretero, 2008).

2.3.- El «casarse» con las ideas de famosos autores y el aceptar acriticamente modas intelectuales

Es incuestionable que parte del discurso académico en México continúa emprendiendo el camino tradicional para desarrollar los destinos, a través del turismo de masas. Esta visión es verdaderamente inocente, porque supone que con el sólo crecimiento de este segmento de mercado, se dará el desarrollo en las localidades donde se desenvuelve esta actividad del ocio. No obstante el cúmulo de diagnósticos y estudios que se han elaborado para los sitios vacacionales de nuestro país, el turismo no ha disminuido los problemas sociales, culturales, urbanos y ambientales, entre otros, sino que los ha agravado.

Cierto, como toda sociedad, a medida que pasa el tiempo las ciudades turísticas evolucionan rápidamente, y estas se vuelven más complejas por las múltiples contrariedades que la masificación del turismo conlleva y ha dejado sin resolver, y no tanto a la perfección de que han hablado los sociólogos positivistas como Herbert Spencer. Por esto, no parece muy auténtico y admirable el modelo teórico sobre los “ciclos de vida de los destinos turísticos”, planteado en los años ochenta por Richard Butler, el cual ilustra la evolución y el decaimiento de los centros vacacionales. Este instrumento, que posee su contrapartida en la biología (los seres vivos nacen, crecen, se desarrollan y mueren), incluye cinco fases en que transitan los centros vacacionales: 1) exploración, 2) implicación, 3) desarrollo, 4) consolidación y 5) estancamiento (Butler, 1980).

El autor describe en cada uno de estos estadios sus rasgos característicos; si bien las dos primeras etapas son adecuadas sus interpretaciones (en particular para la mayoría de los destinos costeros mexicanos), las fases tres y cuatro muestran la gran confusión tratada entre crecimiento y desarrollo. Es difícil encontrar un académico sensato que no sepa distinguir estos dos conceptos; por lo que es lamentable encontrarse con pseudo-investigadores (no se diga líderes empresariales, autoridades públicas y políticos) que piensan que son sinónimos. El crecimiento, por lo general se reduce a variables

cuantitativas y económicas; mientras que el desarrollo se relaciona con variables cualitativas, y es un asunto que abarca más allá de lo económico, como lo social, lo cultural, lo ambiental y lo político; grosso modo, tiene que ver con la mejora de los niveles de vida de las poblaciones locales.

El desarrollo es un proceso complejo, intrincado, arduo y prolongado, por lo que no existe fórmula o regla dorada alguna que se pueda aplicar para cualquier espacio o sociedad. Por ello, se sostiene que este concepto cardinal en el estudio del turismo, al no haber sido examinado en serio por este afamado investigador canadiense ni por sus acólitos, hace que el modelo de Butler refleje una reducida capacidad explicativa de la realidad turística.

Ciertamente, en los años setenta México nadaba sobre una enorme ola de optimismo por las bondades económicas que normalmente conlleva el turismo (inversiones, empleos, derrama y divisas). Se vivía una época en la que se aseguraba que el futuro estaba del lado del progreso, por lo que el nivel de vida de las comunidades receptoras mejoraría. Sin embargo, es a partir de los años ochenta cuando ciertos actores (principalmente académicos y pobladores) perdieron la fe en las virtudes otorgadas a esta actividad del ocio. De facto y a tono con la fase de estancamiento de Butler, habría que rejuvenecer o reconvertir los destinos; lo que explica el surgimiento de un nuevo discurso académico denominado «Posturismo», el cual también ha alcanzado una gran fama en nuestro país y en Latinoamérica, sin previa reflexión y crítica alguna.<sup>4</sup>

El turismo, como todo fenómeno social, es un área de estudio que requiere de teorías probadas y metodologías rigurosas. En consecuencia, no es muy razonable concluir un estudio sólo expresando la misma receta: hay que «reconvertir el modelo turístico» para perfilar el destino como un centro cada vez más exclusivo y sofisticado, enfocado a un tipo de turismo más especializado y redituable. Es muy fácil decir esto, lo difícil es definir el ¿cómo? o ¿cuál es el camino? Tampoco veo cómo podríamos resolver los añejos problemas sociales y ambientales con la brillante y trillada sugerencia de promover “nuevos turismos”. Cabría preguntarse ¿nuevos, para quién?, ¿nuevos el ecoturismo, el turismo de naturaleza, el turismo rural, el turismo de aventura, el agroturismo, el turismo de golf, el turismo de cruceros, el turismo de negocios, etc.?

A pesar de los méritos que podría tener la concepción del Posturismo, nadie hasta el momento, por lo menos en Latinoamérica, ha valorado su capacidad de explicación y de predicción. Ni siquiera los más conspicuos turismólogos consiguen vaticinar con un alto grado de certeza ¿hasta dónde llegará la crisis actual del turismo en México, provocada por múltiples factores, principalmente por la problemática económica-financiera

---

<sup>4</sup> Para mayores detalles sobre este discurso, véase a Sergio Molina (2003).

global y en particular de los Estados Unidos y por la inseguridad nacional? Se debe admitir que el Posturismo es una simple declaración normativa, más que una teoría o un modelo explicativo o predictivo. Mientras que sus promotores no hayan demostrado que el turismo convencional (o de masas) y los destinos maduros o agotados estén transitando hacia ese nuevo estadio (que no se alcanza a perfilar con nitidez), se puede asegurar que esta contribución es falsa, en términos popperianos.

Es importante no sucumbir tan tranquila e ingenuamente ni aferrarse a esta y otras modas intelectuales, como el postmodernismo, el turismo alternativo y el desarrollo sustentable,<sup>5</sup> pues, por lo común, sus seguidos no demuestran con argumentos sólidos lo que prometen. Todavía no se aprende o no se quiere aprender que es demagógico y poco ético crear falsas expectativas. Convertir el discurso académico en un dogma que no exige pruebas sólo porque lo pregona, basta y sobra, un famoso autor, es una aberración y hasta un peligro debido a que fomenta la credulidad y debilita la capacidad intelectual al relegar el pensamiento científico. Hay que decirlo sin rodeos, la científicidad del discurso académico en el turismo, como la sustentabilidad de la llamada “industria sin chimeneas” de México, son creaciones imaginarias.

Habría que indicarles a los obsesionados con estas tendencias discursivas, promotores de creencias sin fundamentos racionales, que no han expuesto predicciones válidas y agudas sobre el turismo, más que ello, han pronunciado lo que debería de ocurrir tomando como parámetro la ética. Cabe elucidar que no se está en contra de la moral, pero hubiera sido moralmente más correcto hacer ver que eso no es ciencia sino admirables sentimientos. ¿Quién se atreve a poner en duda la siguiente disertación cargada de valores? «El turismo sostenible debe estar en contra de la loca carrera del crecimiento de esta actividad». Posiblemente nadie, pues desde la visión social y ambiental se considera válida, así como políticamente atractiva. En vez de ello, por qué no mejor cuestionar las investigaciones turísticas fieles a los postulados éticos: ¿qué tan originales son sus hipótesis (si es que llegan a formularse), de tal modo que valga la pena demostrarlas?, o ¿qué tan viables son sus presupuestos o son un mero refrito de doctrinas construidas en otros campos disciplinarios?

En este mismo sentido, se analizará aquí someramente también la herramienta hermenéutica, que unos académicos buscan legitimarla como un método apto para explicar, comprender e interpretar la realidad turística. Sin menospreciar la capacidad analítica que pueda proporcionar en la educación y en investigación (en especial su reflexión crítica de los textos), sus apologistas caen en el desenfreno clásico de irse siempre a los

---

<sup>5</sup> Un análisis más profundo sobre estos discursos se puede observar en los capítulos de libro: “Turismo sustentable: la Industria del mito y la fantasía” y “El nuevo sueño del turismo contemporáneo: el postmodernismo” (Gómez Nieves, 2006b y 2005c, respectivamente).

extremos alabando las nuevas ideas y rechazando a las anteriores u opuestas. Esta actitud maniqueísta ostenta, por un lado, una multitud de virtudes y promesas sin estudios formales o experiencias que validen lo que aseveran; y por el otro lado, un cúmulo de repudios tanto a lo descriptivo, fragmentado, unidimensional, mecanicista, cuantitativo, utilitarista, etcétera; como a las visiones contrarias: funcionalista, conductista, cognitivista, positivista, sistémica, entre otras. Lo anterior, se pueda observar en el enfoque hermenéutico, dialéctico y analógico que sugiere Conde Gaxiola (véanse sus ponencias presentadas en 2006 y 2008).

Se coincide con lo que expresa este filósofo-turismólogo, en que una perspectiva dialéctica pretende articular lo deductivo y lo inductivo, lo teórico y lo práctico, lo fenoménico y lo esencial, lo objetivo y lo deductivo, etcétera.<sup>6</sup> Sin embargo, el meollo del asunto es ¿cómo?; no basta con decir la intención, es necesario poner a prueba sus postulados. La vía más fácil es ostentar un discurso sin que confirme con constancia lo que asegura. Vale confesar aquí que el artículo titulado: “Closing The Hermeneutic Circle? Photographic encounters with the Other”,<sup>7</sup> me dejó un sentimiento de insatisfacción acerca de las supuestas explicaciones y reflexiones integrales, holistas, universales y profundas que, según Conde Gaxiola, conllevaría el manejo de la perspectiva hermenéutica; ya no se diga la decepción que me provocó descubrir el incumplimiento del tratamiento científico que debe contemplar todo trabajo docto, como: el espíritu crítico, la postura falseable y la disposición de poner a prueba lo que descubre o afirma. ¿Por qué ensalzar a la hermenéutica y cuál es la razón para ocultar conscientemente sus restricciones? Se señala consciente (o intencional) puesto que cualquier investigador informado sabe que en este enfoque, la observación y la experiencia no desempeñan papel alguno en los estudios.

#### 2.4.- El soslayar los aportes de las ciencias sociales y el utilizar disciplinas fragmentadas

Se ha dicho bastante que gracias a las ciencias se puede entender mejor los fenómenos y explicitar sus implicaciones, y que una mayor aprehensión del corpus teórico de las disciplinas sociales es útil para llegar a controlar las contrariedades que conlleva la práctica del turismo y para construir un camino de desarrollo más viable. A propósito ¿no sería grandioso, precisamente para los investigadores, que las teorías de los movimientos sociales, propias de los avances de la sociología, tuvieran inmediatas y profun-

---

<sup>6</sup> Además de la relevancia de los enfoques dialéctico e interpretativo (hermenéutico) para la educación superior y la investigación turística, concuerdo con este autor en muchos otros asuntos, como la propuesta de una enseñanza basada en la argumentación y humanista (Conde Gaxiola, 2006).

<sup>7</sup> El cual se encuentra publicado recientemente en *Annals of Tourism Research* (Caton y Almeida Santos, 2008).

das consecuencias para el estudio de los conflictos en las sociedades turísticas? ¿Es un sin sentido hablar, en el turismo y en nuestros días, de conflictos sociales, tal como lo planteó Karl Marx hace más de 150 años? ¿Quién pone en duda que la ciencia política no sea necesaria y válida para estudiar el turismo? Sin duda que las respuestas a la primera pregunta: sería fabuloso el uso de dichas teorías; para la segunda, sería racional tratar esa temática; y para la tercera interrogante, difícilmente alguien cuestionaría la disciplina política, sobre todo cuando se manifiestan, con frecuencia, en los sitios vacacionales mexicanos problemas de tenencia de la tierra y cacicazgos.

Las IES en turismo muestran renuencia a abrir espacio a las ciencias sociales como: historia, sociología, psicología, antropología, economía, geografía humana, entre otras. En efecto, estas disciplinas proporcionan conocimientos y herramientas metodológicas útiles que permiten ayudar a la explicación del turismo. Hasta para ser guía de turistas son importantes ciertos saberes de la biología y botánica, no se diga de la historia, la arqueología y la antropología.

A pesar de que el conocimiento se ha parcelado, las contrariedades sociales y ambientales, de hoy en día, han obligado a los estudiosos a trascender su área de acción y a hacer uso adecuado de los aportes teóricos, empíricos y metodológicos de las ciencias, aunque no separadas. Hay que poner de relieve que los problemas científicos se atienden con más rigurosidad desde campos de estudio diferentes. Ahora, por ejemplo, los arqueólogos extienden su trinchera hacia disciplinas como la etnografía, la lingüística y la historia. Los urbanistas necesitan conocer cada vez más de sociología, historia, semiótica y psicología, o bien trabajar en equipos multidisciplinarios.

## 2.5.- El énfasis en la turismología

Uno de los tantos problemas que enfrenta la educación superior del turismo en México, ha sido la lucha entre los que quieren que ésta se abra a las ciencias y a los temas filosóficos en los hechos y no sólo en palabras, con aquellos que se resisten a tal idea o, más precisamente, con los que quieren enseñar sólo «turismología», ya sea por falta de entendimiento de la filosofía y de las disciplinas sociales o lo más perverso por preservar en los programas educativos el analfabetismo científico y la antiintelectualidad en los estudiantes. La investigación turística basada únicamente en «conocimientos caseros», lo más seguro es que no lleve a encontrar algo fundamental o a que se descubra lo que ya se sabe.

Esta deficiencia de configurar los estudios en turismo sólo en conocimientos «parroquianos» (como dicen los antropólogos), está induciendo a que los estudiosos cuenten con esquemas o visiones de interpretación similares, y por consecuencia hace que sus propuestas o recomendaciones de acción sean siempre las mismas. Es decir, cualquiera que plantee los problemas de investigación, con idénticos marcos de referen-

cia y métodos de estudio, es lógico que deba aprehender el mundo social de igual modo. En el turismo, trabajos académicos a granel son ahistóricos y deshumanizados, pero eso sí con un fuerte énfasis en la «turismología». La primacía concedida a “mirar sólo hacia dentro” (lo que no significa a dejar de leer la literatura turística), ese virus que no nos deja en paz, es un obstáculo grave que urge eliminar si es que se quiere dominar la andadura científica en nuestros estudios.<sup>8</sup>

Hay que admitir que las supuestas teorías del turismo difícilmente desarrollan las capacidades intelectuales y racionales, pues su conocimiento, a menudo, es simple e irrelevante para los científicos sociales, es decir, poco interesa fuera de los anticuados o desfasados programas de estudio universitarios.

Por ejemplo, es común que los investigadores confundan el estudio del turismo con ese discurso de la esencia del mismo: el ocio o el tiempo libre, muy arraigado en nuestro campo de acción y propuesto por un grupo de estudiosos en los años ochenta en México, autodenominado “Nuevo Tiempo Libre” (Molina, Cuamea y Rodríguez Woog, 1986). Se considera una visión muy parca y obsoleta querer explicar el turismo y sus manifestaciones sólo desde la perspectiva del ocio o del tiempo libre, pues además de sus limitantes, no todo el tiempo libre u ocio es turismo ni el turismo es sólo ocio o tiempo libre (p.e. el turismo de negocios). Ese vicio de querer entender al turismo mediante esta corriente de pensamiento, ha provocado que no se analicen los alcances y posibilidades de este enfoque, pero también que no olvide validar la construcción de su conocimiento y la cientificidad del mismo. Está acreditado que la crisis epistemológica del turismo, tiene su causa en la pobreza conceptual de sus marcos teóricos y en lo precario de sus diseños metodológicos, pero también a que los investigadores no demuestran con hechos lo observable, como todo saber científico.

Que desilusión se nos presenta también cuando se revisan artículos en revistas –hasta indexadas– o reportes de investigaciones en turismo –incluso financiadas por organismos públicos como el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnap) y observar sólo una serie de trivialidades o de planteamientos ortodoxos que no superan los meros “buenos deseos”, ni denoten nuevos conocimientos e innovadoras metodologías, debido a que permanecen encerrados en su torre de marfil «la turismología».

---

<sup>8</sup> Xiao y Smith (2008), quienes critican el estado de la investigación turística en el contexto internacional, hacen notar que, de acuerdo con un índice de citaciones en ciencia social, los Journals especializados en este campo tienen bajo impacto en la arena de las ciencias sociales y, por tanto, su incipiente saber está aislado y reservado sólo para sus propios estudiosos; más allá de la comunidad anglofona se mantiene ampliamente desconocido.

## 2.6.- Desconocimiento de las controversias filosóficas

Las distintas corrientes de pensamiento están desembocando encarnizadas batallas ideológicas, entre: positivismo versus hermenéutica, individualismo versus holismo, idealismo versus materialismo, subjetivismo versus realismo, racionalismo versus empirismo, explicación versus comprensión, estructuralismo versus postestructuralismo, cuantitativo versus cualitativo, micro versus macro, acción intencional versus sistémico, teórico versus empírico, inductivo versus deductivo, local versus global, modernismo versus postmodernismo.

No obstante que estas y otras controversias filosóficas han sido por décadas campos de lucha intelectual trascendentales, rara vez los expertos en turismo se toman la molestia de identificar y examinar las filosofías que adoptan en sus trabajos. Tampoco están al tanto de los debates que han enfrentado grandes pensadores; ni siquiera porque es un hecho que científicos sociales de la talla de: Smith, Marx, Weber, Keynes, Braudel, Merton, Samuelson y Fridman no fueron neutrales o inocentes en estos temas (véase a ese respecto a Bunge, 2005: 13 y 17). Para la mayoría de los turismólogos carecen de importancia dirimir entre dichas disyuntivas filosóficas, tal como, por ejemplo, la que en su tiempo se planteó Karl Marx: ¿son los hombres los que crean las circunstancias, o son éstas las que determinan los comportamientos de los humanos?

Lo más sorprendente en las investigaciones relacionadas con el turismo, es detectar a estudiosos que, por un lado, son entusiastas seguidores de la propuesta teórica sistémica de Luhmann y, por el otro lado, se encantan con la perspectiva del materialismo-histórico de Marx. ¡Vaya incongruencia! Incluso, algunos de ellos hacen reiteradamente un empleo abusivo de conceptos eruditos, sin preocuparse si resultan apropiados o si tienen sentido para sus trabajos. Frecuentemente recurren a términos o ideas rebuscadas del postmodernismo,<sup>9</sup> la teoría general de sistemas, la teoría luhmanniana y de las ciencias naturales, sacadas por completo de contexto y de toda lógica.<sup>10</sup> Que quede claro, no nos oponemos en extrapolar conceptos de una área del saber o nociones de un intelectual, sino sólo en contra de aquellos que hacen de ellas en el campo que nos ocupa, sin que haya evaluación y justificación de por medio.

---

<sup>9</sup> Por ejemplo, el llamado post-modernismo –que niega el modernismo- y que según Harland G. Bloland nos proporciona argumentos que ayudan a guiarnos y a comprender los cambios que están ocurriendo en el nuevo milenio o en el revolucionario periodo en que vivimos. Para este autor, una posición post-moderna puede también provocarnos escepticismo sobre afirmaciones eufóricas respecto al progreso lineal que supuestamente conlleva la vida moderna (Bloland, 2005).

<sup>10</sup> Entre algunos conceptos que se detectan en los trabajos académicos sobre el turismo y que por lo general no son puestos en correspondencia con lo empírico, se encuentran: distinción, comunicación, evolución, autodescripción, modernidad y posmodernidad.

Es notorio que cualquier estudioso que no se involucre en la filosofía de la ciencia, no posee las herramientas necesarias para valorar los conocimientos producidos o las acciones sugeridas en sus trabajos.<sup>11</sup> A continuación se presentan dos argumentos que hacen patente lo que se afirma.

Primero, si bien la teoría general de sistemas a partir de los años ochenta ha gozado de un auge especial en México –al ser invocada frecuentemente en las investigaciones académicas del turismo–, nadie ha puesto a prueba con la severidad que requiere la ciencia, la pertinencia, la inteligibilidad y lo fértil de sus planteamientos en nuestra área de acción.<sup>12</sup> Una pregunta que debería formularse aquí es: ¿hasta qué punto esta corriente de pensamiento, tal como fue concebida por Bertalanffy en los años cuarenta, ayuda a pensar y entender la realidad turística. Es obvio que muchos de los apasionados por esta teoría no tienen la menor idea de cuáles son las exigencias que se obligan a seguir para comprender científicamente el turismo y al mismo tiempo construir su conocimiento.

Segundo, cualquier trabajo que intente incorporar a los problemas reales del turismo la lógica de funcionamiento de la teoría de la sociedad de Niklas Luhmann al pie de la letra, esto es, sin argumento previo que justifique la validez empírica y conceptual, no pasa de ser una mera transcripción de la obra de este pensador social, o lo que es peor, un ejercicio especulativo o de gimnasia intelectual.

De acuerdo con estos dos testimonios, no es muy objetivo y convincente optar por una de estas teorías en la exégesis de lo turístico, sin que los defensores de la teoría de sistemas o la teoría de la sociedad se contesten las siguientes interrogantes: ¿cuál es la razón para sostener que dichas corrientes de pensamiento explicarán mejor el turismo en comparación con las teorías de la acción individual u otras perspectivas de análisis opuestas?; ¿cómo justificar que las personas en concreto, aun cuando participan en los sistemas, no forman parte constitutiva de ellos, ni de la sociedad misma, tal como apunta Luhmann?; ¿cuál es la razón para no tomar en cuenta los estados psicológicos de los individuos, tal como denota la teoría de la sociedad?, o ¿por qué y cómo la comunicación de Luhmann se sitúa por encima de los estados psíquicos?

---

<sup>11</sup> De acuerdo con Mario Bunge, la filosofía permite: a) analizar ideas, en particular para someterlas a un análisis lógico, semántico, gnoseológico o metodológico; b) construir o refinar conceptos generales o sistemas conceptuales (como clasificaciones o teorías), de una manera más clara y profunda; c) detectar problemas nuevos; d) sugerir caminos provechosos para la conducción de la tarea investigativa; e) edificar puentes entre las disciplinas contiguas; f) criticar cualquier idea que se sostenga dogmáticamente; y g) participar de manera competente y efectiva en las controversias filosóficas (Bunge, 2005: 23, 25 y 27).

<sup>12</sup> Más detenimiento de cómo evaluar las filosofías de las ciencias sociales, consúltese a Mario Bunge (2005: 26-28).

Por lo general, estas y otras preguntas no sólo se quedan sin contestar por los abogados de estos enfoques teóricos, sino que también no rebaten las críticas vertidas por distinguidos pensadores contra estas perspectivas en el campo social. Ni siquiera entran a la discusión sobre el problema de la doble contingencia de la elección, es decir, a partir de la diferencia entre sistema o entorno (según la teoría luhmanniana) o como resultado de la interrelación humana (al interior de las conciencias). En virtud de lo anterior, existen serias dudas de que estas propuestas teóricas sean bien comprendidas por aquellos que intentan aplicarlas.

## 2.7.- Imposturas intelectuales<sup>13</sup>

Antes de entrar a analizar este punto conviene reconocer cómo la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT)<sup>14</sup> –donde el autor es socio fundador– creada el 10 de octubre de 2006 para fortalecer la tarea científica en nuestro país, cada vez cuenta con más cantidad de investigadores prestigiados (19 miembros del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, de un total de 118 personas incorporadas a la AMIT).<sup>15</sup> Todos ellos integrados a los programas nacionales superiores de enseñanza del turismo, lo que permite que los estudiantes vean en ellos un transmisor de información, al mismo tiempo que un productor de conocimientos que busca tanto comprender este fenómeno social y sus manifestaciones como tratar de resolver problemas sociales, empresariales y tecnológicos. No hay que olvidar que la calidad de la docencia en una IES se refleja en la calidad de la investigación que desarrollan sus académicos, quienes mediante los saberes adquiridos y la aplicación de instrumentos metodológicos, redundan en nueva información para los alumnos y en consecuencia en un mejor nivel educativo.

Es indiscutible que se debe mostrar orgullo por la fuerte incursión de los que llamo respetuosamente como turismólogos dentro del SNI, pero también es indudable que será un incauto quien crea seriamente que con el sólo hecho de ser más cuantiosa y consolidada la comunidad de estudiosos en nuestro campo de acción, se des-

---

<sup>13</sup> Se aclara que se retoma esta frase «Imposturas Intelectuales», del título de la obra publicada por Alan Sokal y Jean Briocmont, en el que critican las deshonestidades de famosos autores franceses y estadounidenses, seguidores de las corrientes de pensamiento social «posmodernas». Estos físicos admiten que el origen de este libro, estuvo en una broma, que consistió en publicar una parodia del tipo de trabajo que están proliferando en la revista cultural norteamericana de moda, Social Text. Lo asombroso de esta recurrente idea de Sokal, fue que el artículo fue aceptado e insertado en un número especial de esta revista, dedicado a rebatir las críticas vertidas por distinguidos científicos contra el posmodernismo y el constructivismo social, a pesar de que el texto intencionalmente estuviera plagado de absurdos y falta de lógica (Sokal y Bricmon, 1999).

<sup>14</sup> No se tratará la labor que ha venido desarrollando la Red de Investigadores y Centros de Investigación (RECIT), debido al criterio establecido antes, esto es, por su carácter oficialista al depender de la Secretaría de Turismo del gobierno federal.

<sup>15</sup> Datos proporcionados por Dr. Álvaro López López, Secretario de la AMIT, con fecha 22 de julio de 2008.

arrollará el conocimiento científico del turismo en México. Siendo honestos, el SNI cada vez más se degenera, pues un gran número de sus miembros lo que menos les interesa es hacer ciencia, sino tener la mayor cantidad de publicaciones para que no los saquen del SNI o en su caso los bajen de categoría. Por supuesto que esta situación no aplica a todos los investigadores ni es exclusivo de la AMIT.

Desafortunadamente, el SNI forma parte también de ese discurso académico, tantas veces oído, que pretende alentar e impulsar la investigación científica, vieja retórica con la que nos remiten el Conacyt, el Programa al Mejoramiento al Profesorado (PROMEP) y las IES a un lastimoso proceso de competencia, pero no de inteligencia sino más bien en acumular comprobantes y grados académicos, como sea, no importando la calidad de los trabajos y los estudios recibidos.

Por otro lado, es preocupante que en el medio académico del turismo en México existan “investigadores” que son unos farsantes (los menos) o unos formidables ignorantes en materia epistémica y científica (los más). Es innegable que en una “tierra de ciegos”, intelectualmente hablando, abundan los defraudadores y las declaraciones falaces (sobre todo en los temas del turismo sustentable y del turismo alternativo, tal como se analizó anteriormente). Ante este panorama gris, una de las responsabilidades de los pensadores es ayudar a aclarar las opciones que se posean por delante, pero también a no tolerar los sermones sin base lógica o sin el aval empírico. La investigación turística progresaría si los que escriben tomaran más en serio a la filosofía de la ciencia. Me pregunto entonces, ¿cuál es la razón para que los estudiosos de este fenómeno social se mantengan al margen de la reflexión epistemológica, pese a que ello les permitiría validar científicamente sus proposiciones?

### **3.- ¿QUÉ TAN CIENTÍFICO ES EL DISCURSO ACADÉMICO DEL TURISMO?**

Contestar tal pregunta invita también a interrogarse ¿qué bases epistémicas se presentan para creer que nuestras investigaciones están asimilando saber científico? Veamos que argumentos exhibe Jafar Jafari, una figura académica internacional, acerca de la cientificidad del turismo.

En su artículo titulado “The scientification of tourism”, describe las condiciones, factores e ideas que han influido en cada una de las cuatro plataformas de pensamiento en turismo y han prevalecido en las últimas décadas: 1) Plataforma favorable (optimista), 2) Plataforma desfavorable (pesimista), 3) Plataforma conciliadora y 4) Plataforma científica (Jafari, 2001).<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> El análisis a los trabajos de Jafar Jafari y Richard Butler que se retoman en este escrito, incluyendo la propuesta del Postturismo, la perspectiva del postmodernismo, y la teoría luhmanniana de la sociedad, no pretende ser una reflexión detallada ni un resumen de los mismos, su única finalidad es traer a la mente algunos elementos que están dando pie a la polémica y que se presenta en párrafos ulteriores.

Si bien las tres primeras plataformas expresan las condiciones para poder distinguir el saber turístico tal como se nombran, la cuarta, por su parte, ha generado polémica, válida y necesaria por supuesto, debido al hecho de querer erigir el discurso del turismo como científico.<sup>17</sup> Es evidente como Jafar Jafari en su escrito intenta hacer creíble y objetivo su criterio de cientificidad, basado, según él, en que durante la última década del siglo XX, la investigación turística se ha planteado de modo integrador, es decir, como un sistema para la adecuada comprensión de sus estructuras y de sus funciones, lo que ha dado como resultado que se forme un corpus teórico. En suma, concluye o da a entender la emergencia del estatus científico en el conocimiento turístico, porque en la actualidad es una importante y legítima área de investigación en numerosas universidades del orbe, por la proliferación de programas de estudio en la materia (incluso de nivel de doctorado), así como por la edición de abundantes libros y journals especializados en el ámbito mundial.

Sin embargo, querer hacer que el pensamiento del turismo tenga la categoría científica, con esos argumentos débiles, da que pensar. Cualquier erudito está al tanto que para que un sistema de conocimiento sea considerado como ciencia, requiere contar con teorías lógicamente bien estructuradas y constancias empíricas convincentes. Aunque es posible que en la academia del turismo internacional se encuentren trabajos que cumplan con estos requisitos, Jafar Jafari no le concede suficiente importancia a esto; por consecuencia es necesario que este respetado estudioso, los defina y de razones de peso sobre su cientificidad.

Es verdad que la investigación en turismo es relativamente novedosa dentro del quehacer científico en los contextos nacional e internacional, pero también que la tarea de indagación no ha avanzado en la misma proporción a la expansión que la actividad relacionada con los viajes ha tenido en diversas partes del mundo. Esto resulta más extraordinario si se compara las contribuciones al conocimiento turístico de los Estados Unidos y Canadá, así como de ciertas naciones europeas y asiáticas, que en los últimos años han producido una creciente popularidad en centros de enseñanza y de investigación (según Jafari, 2001), con los aportes de las regiones de América Latina y la península ibérica, la distancia existente es enorme.

El papel que juegan las publicaciones especializadas y los libros es por demás importante; empero, hasta donde se tiene noción ninguna revista académica mexicana en nuestro campo de estudio, ha sido reconocida su calidad científica por el Conacyt; tampoco en el mundo se ha publicado una obra histórica del turismo que haya dejado huella o haya perdurado a través del tiempo, como reinaron sobre la economía: La riqueza de las naciones de Adam Smith y Los principios de economía de John Stuart Mill, por poner dos libros a título de ejemplo de los fundadores de esta disciplina.

---

<sup>17</sup> Véase la polémica en el artículo de Francisco Muñoz Escalona (2001).

Hay que decir las cosas como deben ser, el que se esté dando un interés global por ofertar estudios universitarios y por realizar investigación, así como el que se tenga una amplia variedad de publicaciones en distintas áreas del turismo, principalmente en los journals anglosajones, no es garantía de su científicidad.<sup>18</sup> Ni siquiera se puede hablar de avances o enriquecimientos en las ciencias sólo porque lo dice una autoridad académica, por muy respetada que sea, sino que ello requiere de hechos y demostraciones. Por lo menos en Latinoamérica la creencia de la científicidad en el turismo no es más que un mito, debido a que pocos se interesan por la tarea científica, aun cuando numerosos académicos del ramo se dedican a la investigación. “En Latinoamérica ya tenemos investigación, el próximo paso sería desarrollar ciencia”, llegó a afirmar Marcelino Cereijido (2004.11).

Valdría la pena preguntarse, por lo menos para el caso mexicano: ¿quiénes son los prominentes académicos que están renovando el conocimiento y meditando sobre cuestiones epistemológicas? ¿Cuáles son las tesis de posgrado y los proyectos de investigación que han renovado el conocimiento? ¿Cuáles son las revistas especializadas en turismo que están divulgando ciencia? y ¿Cuáles son los programas de posgrado en turismo que están brindando el terreno fértil para que broten jóvenes investigadores en esta área?

En honor a la verdad la actividad de indagación en el turismo y su saber adquirido, dista mucho de los criterios que determinan lo que es ciencia: rigurosidad y profundidad en los análisis, crítica fundamentada, coherencia teórico-metodológica, veracidad, evidencia empírica y comprobación contundente.<sup>19</sup> Aunado a eso, el que históricamente la credibilidad académica de la educación superior en turismo (incluyendo el posgrado), ha estado muy devaluada no sólo en México sino también en Íbero-América.<sup>20</sup> Veamos

---

<sup>18</sup> En un artículo denominado: “A Ranking of International Tourism and Hospitality Journals” (Pechlaner et al, 2004: 330), se da a conocer cuáles son las revistas en turismo más prestigiadas del mundo. Cabe resaltar, según los resultados de este estudio, que no se encuentra ninguna revista de origen latinoamericano, pues los tres mejores journals a nivel mundial son: 1° “Annals of Tourism Research”, 2° “Tourism Management” y 3° “Journal of Travel Research”; siendo la primera y la tercera de origen norteamericano, mientras que la segunda de Nueva Zelanda.

<sup>19</sup> No obstante que se está consciente de la distinción que existe entre verificar hipótesis o teorías y refutarlas/falsearlas (en términos de Popper); se acepta que ambas corrientes filosóficas están ausentes en los estudios turísticos.

<sup>20</sup> Hasta en el propio Estados Unidos la educación superior en turismo tiene poca credibilidad académica, sostienen los autores Echtner y Jamal (1997), en su artículo: “The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies”. En España, por su parte, la incorporación de los estudios superiores de turismo a la universidad ha dejado insatisfechos a buen número de cuantos teorizan con esta problemática. Insatisfacción que viene a mantener, incluso a incrementar, la falta de credibilidad que el sector empleador tiene respecto de la formación académica. Esto se constata, en los más diversos ámbitos, discusiones baladífes en torno al nivel académico que debe otorgarse a los estudios superiores de turismo; si unos se muestran satisfechos con la Diplomatura otros reclaman la Licenciatura, pero en todos se descubre una falta total de congruencia entre sus planteamientos teóricos y las condiciones que el mercado de trabajo espera encontrar en los recursos humanos que le proporciona el sistema educativo (Sarasa, 1998).

cuatro casos que intentan poner a prueba o por lo menos arrojar alguna luz sobre estas aseveraciones.

Primero, según los resultados del Informe PISA 2006 (siglas en inglés del Programa para la Evaluación Internacional de Estudiantes) sobre competencias científicas de los alumnos de 15 años de las naciones que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), México se ubica en el sótano del ranking de los niveles más altos de logro en ciencias.

**Cuadro 1: Competencias Científicas para el Mundo del Mañana  
(Porcentaje de alumnos que ocupan ese nivel)**

PAÍS	Nivel 5	Nivel 6	PAÍS	Nivel 5	Nivel 6
Finlandia	17.0%	3.9%	Italia	4.2%	0.4%
Canadá	12.0%	2.4%	Grecia	3.2%	0.2%
Japón	12.4%	2.6%	Portugal	3.0%	0.1%
Australia	11.8%	2.8%	Turquía	0.9%	0.0%
Gran Bretaña	10.9%	2.9%	México	0.3%	0.0%

Nota: Los niveles 5 y 6 son los mas altos y es cuando los estudiantes aplican lo que aprenden a otras situaciones.  
Fuente: PISA 2006, Competencias Científicas para el Mundo del Mañana, OCDE, 2007

Segundo, la reducida productividad científica en el turismo se puede detectar con los resultados de la Convocatoria 2007 de Apoyo Complementario a los miembros del Sistema Nacional de Investigadores, en Proceso de Consolidación, del Conacyt. Es conmovedor descubrir que sólo dos estudios en el campo del turismo se hayan apoyado financieramente en el ámbito nacional, sobre todo cuando se reconoce que la habilidad para obtener fondos de este organismo rector de la ciencia y la tecnología en México, se ha convertido, en sí misma, en un indicador de éxito para las cuestiones científicas.<sup>21</sup>

Tercero, de las más de 210 IES que imparten carreras de turismo y sus variantes (a nivel de licenciatura como hotelería, administración turística, gestión turística, etc.) en nuestro país, sólo tres universidades oficiales tenían en el 2007 registrados ante PROMEP cuatro Cuerpos Académicos en Consolidación (CAEC), a saber: “Turismo y Desarrollo Sustentable”, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas; “Estudios

<sup>21</sup> Véase “Resultados Definitivos de la Convocatoria para el Apoyo Complementario a Proyectos de Investigación Científica para investigadores en Proceso de Consolidación”. Actualizada al 15 de enero de 2007. CONACYT. Dirección electrónica: <http://www.conacyt.mx/Fondos/Institucional/Investigadores/Resultados-Convocatoria-Investigadores-2006.pdf>. Fecha de consulta: 9 de julio de 2008.

Turísticos”, de la Universidad Autónoma del Estado de México; “Análisis Regional y Turismo” y “Centro de Estudios para el Desarrollo Sustentable”, ambos de la Universidad de Guadalajara. Esto significa que casi todos los grupos de profesores e investigadores relacionados directamente con el turismo se ubican en el seno de Cuerpos Académicos en Formación (CAEF), ya que desgraciadamente no se observa, en nuestra área de competencia, un solo Cuerpo Académico Consolidado (CAC).<sup>22</sup>

Cuarto, cómo hablar de calidad académica en las instituciones de turismo, cuando de un total de 472 programas de enseñanza superior en México (incluye licenciatura, técnico superior universitario y profesional asociado) registrados ante la Secretaría de Educación Pública (SEP), sólo 29 han obtenido la acreditación (27 de licenciaturas y 2 de técnico superior universitario), casi un 6 por ciento. Según datos del Programa Sectorial de Educación Superior, alrededor de 60 mil estudiantes están inscritos actualmente en el área turística, y cerca de 5 mil están en programas acreditados, menos del 10 por ciento. Por lo anterior y de conformidad con la conclusión del propio CONAET, es evidente que las IES en turismo de nuestro país están muy rezagadas en procesos de calidad, en mejora continua y en acreditación de sus programas educativos.<sup>23</sup> Verdaderamente, se duda mucho que con esta pobre educación, México cuente con las bases y con la vía apropiadas para formar turismólogos de ciencia.

Hay que descartar de nuestra mente esas falsas ideas tan arraigadas, de que cualquier investigación es ciencia, y de que todo conocimiento es científico. A nuestro juicio, el saber que aspira a ser considerado como científico, requiere entre otros, que las prácticas de investigación y las actitudes hacia la ciencia de los estudiosos se orienten:

- Al abandono de supuestas teorías, creencias y principios que no estén debidamente demostradas. La ciencia es un conjunto coherente de conocimientos comprobables. Si bien falible, intrínsecamente corregible.

---

<sup>22</sup> Según PROMEP, las características que debe contener un Cuerpo Académico Consolidado, son: 1) La mayoría de sus integrantes tienen la máxima habilitación académica que los capacita para generar o aplicar innovadoramente el conocimiento de manera independiente. 2) Cuentan con amplia experiencia en docencia y en formación de recursos humanos. 3) Poseen el reconocimiento de perfil deseable, tienen un alto compromiso con la institución, colaboran entre sí y su producción es evidencia de ello. 4) Demuestran una intensa actividad académica manifiesta en congresos, seminarios, mesas y talleres de trabajo, etc., de manera regular y frecuente, con una intensa vida colegiada, y sostienen una intensa participación en redes de intercambio académico, con sus pares en el país y en el extranjero, así como con organismos e instituciones nacionales y del extranjero. Véase esta información en el Programa de Mejoramiento al Profesorado (PROMEP) de la Subsecretaría de Educación Superior, en la Dirección electrónica: <http://promep.sep.gob.mx/ca.htm> y el listado de cuerpos académicos en: <http://promepsol.sep.gob.mx/CON123/ca1/php/firmadopalabraMEJORA.php>. Fecha de consulta: 9 de julio de 2008.

<sup>23</sup> Véase la página electrónica de CONAET en <http://www.conaet.net/Boletin17.html>. Fecha de consulta: 9 de julio de 2008.

- A renunciar a la formulación de preguntas intrascendentes como problemas de investigación.
- A que la investigación debe publicarse en revistas especializadas y académicamente formales, así como abierta a la crítica.
- Al rechazo de modas intelectuales que no incluyan severos exámenes empíricos contrastables, pues muchas de las veces las supuestas ideas novedosas son un obstáculo para la ciencia.
- A dejar de pensar ingenua, fragmentada y simplistamente.
- A aceptar sólo aquellos modelos o esquemas conceptuales que iluminen o que hagan comprensible la realidad en que se vive. En otras palabras, que permitan conocer la verdad.
- A admitir que la verdad científica es solamente probable, transitoria e incompleta.
- A saber distinguir entre el conocimiento científico y el pseudo-conocimiento.
- A reconocer que la esencia de las ciencias sociales es la experiencia, su objetivo es comprender la realidad, y su producto es el conocimiento.

Hablar de «cientificidad» demanda primeramente despejar cualquier idea vaga que se tenga sobre dicho concepto. Quién utilice esta expresión tiene como obligación clarificar su significado y reflexionar la relación con otros términos, como: ciencia, científico y método científico, ya que “...así no caerá en el error de calificar de científico lo que no es y tendrá in mente las implicaciones de una palabra tan importante, y a menudo tan mal utilizada, como ciencia (...) Calificar como científico lo que no ha sido logrado o no se desenvuelve con todo el rigor que implica la ciencia, resulta falaz”, nos dice De la Vega Lozana (1998: 13). Veamos algunas definiciones acerca de esto:

El diccionario conceptúa como ciencia un “Cuerpo de doctrina metódicamente formado y ordenado que constituye un ramo particular del saber humano”.

Según P.W. Weisz, “Ciencia es el conjunto ordenado y sistematizado de conocimientos”.

H, Poincaré, plantea que “Ciencia, es una disciplina que actúa mediante la postulación y prueba de hipótesis”.

Para A. Rosenblueth, la “Ciencia es la disciplina que exige que sus generalizaciones estén basadas en pruebas rigurosas que hayan sido verificadas o sean susceptibles de verificación”.

A. Azimov, sostiene que los rasgos esenciales de la ciencia son la racionalidad y la objetividad (citados en De la Vega Lozana, 1998: 13 y 14).

En términos generales, un conocimiento científico es un conjunto de teorías con las que trabajan los investigadores. Para De la Vega Lozana, el método científico, por su parte, es un procedimiento que se sigue en la ciencia para encontrar la verdad y enseñarla. Entre sus cualidades y características, destacan el orden que implica, su relación con la realidad y la forma racional (con el uso de la razón) de lograr conocimientos. Además que el método se encuentra en íntima relación con la teoría (De la Vega Lozana, 1998, 15-17).

No se debe hablar de “cientificidad” en el turismo, cuando aún no se supere la polisemia y la imprecisión que persiste sobre los conceptos utilizados. Sorprende y decepciona que todavía predomine gran confusión semántica en términos cruciales, como: turismo sustentable, turismo alternativo, desarrollo turístico y crecimiento turístico (véase con más minuciosidad estas fallas y desconciertos en pasajes anteriores).

Ni siquiera se debe hablar de «cientificidad» en nuestra área de estudio, cuando la comunidad de investigadores implicada no asuma la condición para una cultura de debate científica. Cómo es posible sostener que en el medio académico del turismo se tiene una plena disposición para confrontar propuestas y concepciones, cuando Jafar Jafari manifiesta silencio a las críticas expresadas a su artículo citado “”The scientification of tourism”. Un científico no puede mantenerse callado, debe pronunciarse sobre todo cuando se le cuestiona. Hasta donde se tiene conocimiento, no ha habido réplica por parte de este talentoso antropólogo, al ensayo publicado denominado: “La objetivación unívoca del turismo, meta insoslayable del proceso de científicación”, en donde el economista del turismo español, Francisco Muñoz de Escalona hace un planteamiento diferente al suyo (Muñoz de Escalona, 2007).<sup>24</sup>

Otra razón más de que el conocimiento del turismo no ha progresado, como para concebirse científico, es la soberana indiferencia a la crítica (no se diga a la autocrítica) por parte de los investigadores, principio elemental de cualquier ciencia. Hay que recordar que la ciencia ha avanzado por medio de argumentos críticos. Galileo Galilei, por ejemplo, atacó el cliché religioso al confirmar, con ayuda del telescopio, la herejía de Nicolás Copérnico de que la tierra giraba alrededor del sol. El filósofo escocés Adam

---

<sup>24</sup> Aun cuando se coincide en muchos aspectos con Francisco Muñoz de Escalona (sobre todo su postura crítica, la cual admiro), difiero con él, en especial, por esa visión economicista como concibe la realidad turística. Sorprende cómo este brillante estudioso, quien le ha dedicado mucho tiempo a la investigación básica de la economía del turismo, no admita que éste, como todo fenómeno social, es multideterminado, por lo que ninguna disciplina en particular, ni siquiera la ciencia económica -valorada por muchos como la más consolidada dentro de las disciplinas sociales-, se debe apropiarse de su plena comprensión científica.

Smith, criticó las ideas de los fisiócratas de que el origen de la riqueza fuera la agricultura (Buchholz, 1995: 7 y 12; véase también a Minc, 2005: 27-38). No existe conocimiento sin crítica racional apunta uno de los máximos filósofos del siglo XX, Karl Popper (1994). Quien no acepte la crítica nunca tendrá una actitud científica y epistémica. Una persona acrítica, típicamente será un ser que desea oír siempre lo mismo, utopías y románticos sueños. Albert Einstein llegó a decir que "...si se podía refutar su teoría de la relatividad, la abandonaría inmediatamente".

Pero ¿qué es lo que proporciona al conocimiento un carácter verdaderamente científico? De acuerdo con Karl Popper "...el carácter empírico-científico de un sistema está relacionado con el hecho de que es posible contradecir este sistema por medio de una serie de hechos posibles" (Popper, 2002). Por su parte, según Alan Chalmers: "Cuando a alguna afirmación, razonamiento o investigación se le denomina <<científico>>, se pretende dar a entender que tiene algún mérito o una clase especial de fiabilidad" (Chalmers, 2000).

#### 4.- CONCLUSIONES

Conviene hacer explícito que este escrito a pesar de su aparente pesimismo, no pierde el optimismo y la esperanza de que algún día se consolide científicamente la investigación académica del turismo en nuestro país. Se aclara también que lo que busca al testimoniar las adversidades y las malas prácticas que aquejan la tarea de indagación y su producto (conocimiento), es sólo revelar los enormes desafíos a los que tendrá que enfrentar la educación superior en el futuro.

Por otra parte, se difiere de aquellos autores que sostienen "...que la escasa importancia asignada a la epistemología y a la hermenéutica en el estudio del turismo, observable en la ausencia de asignaturas, materias, seminarios o talleres en la mayor parte de nuestros centros de formación, es un reflejo objetivo de la desfilosofización y deshermeneutización" (Conde Gaxiola, 2008). Desde nuestra óptica, el problema no es tan simple como aparenta, ya que basta revisar los planes de estudio en turismo de las IES para detectar que todos ellos ofrecen a los alumnos cursos de metodología o seminarios de investigación y actividades académicas complementarias relacionadas con esta tarea, mientras que la práctica de indagación de docentes como de alumnos posgrados, está muy lejos de los estándares científicos, aunado a que en gran medida sus productos (conocimiento) son muy debatibles.

A manera de conclusión, la propuesta central del presente trabajo deja ver dos grandes líneas de acción que podrían ayudar a cumplir con la finalidad antes expuesta. Primera, ante el desconocimiento y la insuficiencia sobre la cuestión científica, es primordial que todo que todo alumno de licenciatura o de posgrado relacionado con

el turismo, y porque no decirlo hasta uno que otro académico o investigador, sepa ¿cuál es la finalidad u objetivo de la ciencia? Y segunda, es urgente instituir una revista interinstitucional de la producción investigativa en turismo, donde se ponga atención a temas filosóficos para mostrar lo que se ha hecho bien o mal, lo relevante e irrelevante, entre otros aspectos. A continuación, se desglosa cada una de estas sugerencias:

#### 4.1.- ¿Cuál es la finalidad u objetivo de la ciencia?

Con el propósito de no seguir proporcionando toda clase de explicaciones absurdas sobre este fenómeno social contemporáneo; ni estar dando al traste, académicamente hablando, con las carreras universitarias en turismo, es urgente establecer un verdadero nexo entre la ciencia y la educación superior en este campo.

Como estudioso de la tarea de investigación en turismo y de sus aportes, no consigo imaginar la posibilidad de dominar la tarea de indagación sistemática, la capacidad para formular problemas genuinos y trascendentes, la habilidad crítica y analítica, el pensamiento complejo, la argumentación, así como la actitud científica, cuando la persona es profana en temas relacionados con la filosofía de la ciencia.

Si se parte de que el principal reto de la educación superior es enseñar a pensar (bien y por cuenta propia), la experiencia ha demostrado que la mejor forma para responder a este desafío es fomentar entre el alumnado la «buena» lectura; aunque a menudo aparezca uno que otro profesor conservador que por sus creencias profundamente enraizadas, no quiere cambiar sus fuentes bibliográficas y hemerográficas (sin importar que éstas expongan temas comunes y anodinos), o por su cerrazón dogmática no se somete a los patrones de calidad, o también por su pereza mental no trate de crecer intelectualmente.

La estrategia que se propone aquí consiste en que los alumnos de las IES en turismo comiencen a familiarizarse de forma progresiva en la lectura de textos sobre temas científicos y filosóficos. Entre los notables pensadores que en estos momentos me vienen a la mente y que sus obras, desde mi concepción, constituyen referencias obligadas en el ámbito intelectual y científico, se encuentran: Alan F. Chalmers, Thomas Kunn, Paul K. Feyerabend, Carl Sagan, Noam Chomsky, Edgar Morin, Mario Bunge, Karl Popper y Marcelino Cerejido.

Se está convencido que mediante la guía de este tipo de literatura (que lo más seguro sea desconocida por una gran cantidad de docentes de las carreras universitarias en turismo), estimularía en los estudiantes la chispa del interés por la ciencia y la epistemología, e induciría en ellos la vitalidad intelectual, la riqueza de mente y la autonomía de pensamiento. Si bien esta propuesta no es una idea novedosa para otros campos disci-

plinarios,<sup>25</sup> es muy significativa para la formación en tareas científicas;<sup>26</sup> sin que esto indique menosprecio por la bibliografía sobre la metodología de investigación, lo turístico o cualquier otra tema, obviamente apegados al saber verdadero y demostrable.

Es necesario que los alumnos aprecien sin temor a la ciencia, para que dejen de ser tan ingenuos o para que no los engañen. Sepan que la ciencia tiene restricciones por lo que está en constante perfeccionamiento; avanza descubriendo las limitaciones de las ideas anteriores; que sus métodos son concebidos para producir conocimiento; que es consecuencia del trabajo de individuos creativos; y que los científicos frecuentemente recurren a las observaciones, comparaciones, analogías o experimentos sistemáticos y formales para desechar teorías y desarrollar otras nuevas.

#### 4.2.- Revista de análisis y crítica de la producción investigativa de la academia de turismo

La presente propuesta aspira a instituir una revista interinstitucional de análisis y crítica de la producción investigativa, cuyo objetivo sea ofrecer un espacio académico para: a) Discutir y debatir sobre cuestiones epistemológicas en el campo del turismo; b) Analizar y validar el conocimiento, desde diversas perspectivas filosóficas, teóricas y metodológicas; c) Fomentar la crítica fundada, respetuosa y constructiva, de alto nivel, en torno a aspectos conceptuales, metodológicos y empíricos; d) Ser un espacio de difusión científica, donde se privilegie la confrontación de ideas y la búsqueda de la verdad o en su caso una aproximación a la misma.

Es obligado esclarecer que una revista como la que se sugiere aquí, en ningún momento está pensada que sirva como instrumento de ataques personales ni es la intención servir como tribunal inquisitorial, en lugar de ello busca fomentar una cultura de debate interdisciplinaria y crítica al más alto nivel intelectual. Seamos claros, no se trata de reprimir la escritura ni las ideas, más que ello lo que se intenta es confrontar posturas para determinar lo que es ciencia y lo que no lo es; con el único fin de elevar la cientificidad del discurso académico en el turismo.

---

<sup>25</sup> Una de las mejores maneras de enseñar a pensar es enseñar a leer, nos sugiere muy atinadamente Fernando Leal Carretero. De este modo el citado profesor guía a sus estudiantes en un seminario de metodología del programa de Doctorado en Ciencias Sociales que ofrece la Universidad Guadalajara y reconocido por el Conacyt como de calidad académica internacional (para una revisión más detenida sobre esta experiencia educativa, véase a Leal Carretero, 2002).

<sup>26</sup> Se está completamente seguro que la formación temprana en investigación requiere del alumno de un trabajo intelectual incansable, principalmente en cuanto a la comprensión de bastantes lecturas, además demanda una serie de atributos en él, como un auténtico compromiso de superación académica e intelectual.

Hay tanto por hacer y descifrar en materia científica en México, que de no mejorar sustancialmente el conocimiento en turismo y las prácticas de investigación, la llamada científicidad quedará como mero discurso demagógico y retórico. Frente esta situación, no es prudente el que la tarea de indagación en el turismo esté en manos de gente lega en temas de la ciencia o en personas que se cierran a corroborar o a falsear el saber que generan. Es un completo absurdo buscar inspiración teórico-metodológica en “investigadores” que han escrito sólo insignificancias, incoherencias, sofismas y falacias.

Deseo terminar el escrito recordando una verdad del tamaño del mundo que llegó a decir, hace tiempo, el Premio Nobel de Química, 1995, Mario Molina: “No sólo los científicos deben saber de ciencia. Es preciso que todos los mexicanos sepan al menos lo fundamental, para que le tengan respeto al saber y no sólo al hacer”.

## BIBLIOGRAFÍA

Bloland, Harland G. (2005): “Whatever Happened to Postmodernism in Higher Education?: No Requiem in the New Millennium”, en *The Journal of Higher Education*, vol. 76, núm. 2, marzo-abril. London, pp. 121-150.

Buchholz, Todd G. (1993): *Nuevas ideas de economistas de ayer*. Ed. El Ateneo. 1ª ed. México.

Bunge, Mario (2005): *Buscar la filosofía en las ciencias sociales*. Ed. Siglo XXI. 2ª ed. en español. México.

Butler, Richard (1980): “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, en *Canadian Geographer*, vol. 24, N° 1, pp. 5-12.

Caton, Kellee y Santos Almeida, Carla (2008): “Closing The Hermeneutic Circle? Photographic encounters with the Other”, en *Annals of Tourism Research*, vol. 35, núm. 1. pp. 7-26.

Castillo Nechar, Marcelino (2006): “Epistemología turismo y crítica” (Apéndice), en Maribel Osorio García y Marcelino Castillo Nechar, *Ensayos teórico-metodológicos del turismo: cuatro enfoques*, 1ra. ed. Universidad Autónoma del Estado de México, México, pp. 81-93.

\_\_\_\_\_ y Lozano Cortés, Maribel (2006): “Apuntes para la investigación turística”, 1ra. ed. Universidad de Quintana Roo, México.

Cerejido, Marcelino (2004): “Por qué no tenemos ciencia.. Ed. Siglo XXI. 2ª ed. México.

Conde Gaxiola, Napoleón (2006): “Problemas Cardinales de la Educación del Turismo en México”. Trabajo presentado en el VIII Coloquio Nacional y 2º Internacional de Investigación Turística, celebrado en Monterrey, Nuevo León del 13 al 16 de junio de 2006 y organizado por el Centro de Estudios Superiores de Turismo, órgano técnico de la Secretaría de Turismo del gobierno federal. México. Dirección electrónica donde se puede localizar este trabajo:

[http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/13581/1/Napoleon\\_Conde.EST-IPN.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/13581/1/Napoleon_Conde.EST-IPN.pdf) Fecha de consulta: 18 de julio de 2008

\_\_\_\_\_ (2008): “¿Es posible una teoría hermenéutica dialéctica en el estudio del turismo?”. Ponencia presentada en el 6º Taller Internacional de Turismo en el Caribe: nuevas aproximaciones en la investigación turística, celebrado durante los días del 26 al 28 de junio de 2008

y organizado por la Universidad de Quintana Roo, campus Cozumel, México. Dirección electrónica donde se puede localizar este trabajo: <http://www.unicaribe.edu.mx/general/tur/Memorias1.html> Fecha de consulta: 11 de junio de 2008

Chalmers, Alan F. (2000): ¿Qué es esa cosa llamada ciencia? Ed. Siglo XXI. 15ª reimpr. España.

De la Vega Lezama, F. Carlos (1998): Un paso hacia el método científico. Ed. Alfaomega. Argentina.

ECHTNER, Charlotte M.; Jamal, Tazim B. (1997): "The Disciplinary of Tourism Studies", en *Journal of Travel Research*. Travel and Tourism Research Association, vol. XXIV, number 4, USA, University of Colorado, Business Research Division, pp. 868-883.

Espinosa Castillo, Maribel <coord.> (2007): Tendencias de Investigación turística a principios del Siglo XXI, 1ª ed. Instituto Politécnico Nacional. México.

Gómez Nieves, Salvador (2005a): "Repensar la investigación Turística", en *Desarrollo turístico imaginado. Ensayos sobre un destino mexicano de litoral*, 1ª ed. Universidad de Guadalajara. México. pp. 15-45.

\_\_\_\_\_ (2005b): "Repensar en el turismo: ante la irresistible tentación de lo pragmático y lo empírico". Trabajo presentado en el VII Coloquio Nacional y I Internacional sobre Investigación Turística, celebrado durante el mes de octubre de 2005 y organizado conjuntamente entre la Universidad de Guadalajara y el Centro de Estudios Superiores de Turismo, órgano técnico de la Secretaría de Turismo del gobierno federal. México. Mimeo.

\_\_\_\_\_ (2005c): "'El nuevo sueño del turismo contemporáneo: el postmodernismo'", en *Desarrollo turístico imaginado. Ensayos sobre un destino mexicano de litoral*, 1ª ed. Universidad de Guadalajara. México. pp. 101-118.

\_\_\_\_\_ (2006a): "Ciencia y desarrollo turístico". Trabajo presentado en el Primer Congreso Nacional de Educación Turística, celebrado durante los días del 21 al 23 de septiembre de 2006 y organizado por el Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística A.C. México. Mimeo.

\_\_\_\_\_ (2006b): "Turismo sustentable: la Industria del mito y la fantasía" en Ruth Miranda Guerrero y Lucía González Torreros (coord.), *Perspectivas geográficas del turismo*, 1ª ed. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara. México. pp. 21-50.

\_\_\_\_\_ (2007): "Retos y desafíos de la educación superior y la investigación turística en México", en Maribel Espinosa Castillo, *Tendencias de Investigación turística a principios del Siglo XXI*, 1ª ed. Instituto Politécnico Nacional. México. pp. 159-180.

Guevara Ramos, Rosana Molina, Sergio y Troserras, Jordi (2006): "Hacia un estado de la cuestión en investigación turística", en Rosana Guevara Ramos (coord.), *Estudios multidisciplinares en turismo*, 1ª ed. Secretaría de Turismo. Centro de Estudios Superiores de Turismo. Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo. México. pp. 17-68.

Jafari, Jafar (2001): "The Scientification of Tourism", en Valene L. Smith y M Brent (coord.), *Host and guests revisited, Tourism Issues of the 21st Century*, Cognizant Communication Corporation, New York. Cap.II, pp. 28-41. Una traducción a español del capítulo del libro, se puede localizar en Francisco Muñoz de Escalona, *Contribuciones a la Economía* (julio 2005). Texto completo en: <http://www.eumed.net/ce/> Fecha de consulta: 11 de junio de 2008

Leal Carretero, Fernando (2002): “Enseñar a pensar enseñando a leer: reflexiones sobre un seminario de metodología”, en *Global Educación. Asociación Mexicana para la Educación Internacional*. México. p.p. 81-99.

\_\_\_\_\_, (2008): “La hipótesis de trabajo y el trabajo de la hipótesis”, en *Experiencias y reflexiones desde la investigación social*. Libro en imprenta por la Universidad de Guadalajara. México. pp. 39-90.

Minc, Alain (2005): *Los profetas de la felicidad. Una historia personal del pensamiento económico*. Ed. Paidós. 1ª ed. en castellano, Buenos Aires. Argentina.

Molina, Sergio, Cuamea, Felipe y Rodríguez Woog, Manuel (1986): *Turismo Alternativo. Un Acercamiento Crítico y Conceptual*. Ed. Nuevo Tiempo Libre. México.

\_\_\_\_\_, (2003): *El Posturismo. De los centros turísticos industriales a las ludópolis*, México.

Muñoz de Escalona, Francisco (2007): “La objetivación unívoca del turismo, meta insoslayable del proceso de cientificación”, en *Revista Estudios Turísticos*. Nº 171. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. España. pp. 7-56.

Panosso Netto, Alexandre (2005): *Filosofía do turismo: Teoria e epistemologia*. Aleph, Sao Paulo, Brasil.

Popper, Karl (1994): *En busca de un Mundo mejor*. Ed. Paidós. Barcelona, España.

Rodríguez Woog, Manuel (1989): “El conocimiento científico del Turismo. Reflexiones y consideraciones generales”, en Daniel Hiernaux Nicolás (comp.), *Teoría y praxis del espacio turístico*, 1ra. ed. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México. pp. 15-28.

Sagan, Carl (2005): *El mundo y sus demonios. La ciencia como luz en la oscuridad*, España. Ed. Planeta. 1ª ed.

Sarasa, José Luis Andrés (1998): “Los Estudios Superiores de Turismo: una sinfonía desconcertante”, en *Cuadernos de Turismo*, núm. 2, Universidad de Murcia, España. pp. 25-40.

Sokal Alan y Bricmont, Jean (1999): *Imposturas intelectuales*. Ed. Paidós. 1ª ed. en castellano. España.

Xiao, Honggen y Smith, Stephen L.J. (2008): “Knowledge Impact An Appraisal of tourism scholarship” en *Annals of Tourism Research*, vol. 35, núm. 1. pp. 62-83.