

La enseñanza superior en el área de turismo y su adecuación a las necesidades del mercado laboral: percepciones de los estudiantes y empresas del sector turístico de Curitiba/PR

Helder Shiroshima¹

Marcia S. Massukado-Nakatani²

Maria del Pino Medina Brito³

Resumen: Este trabajo analiza e investiga las percepciones sobre la enseñanza superior en turismo, bajo la opinión de los alumnos y de los empresarios del sector turístico en la ciudad de Curitiba – Paraná y su adaptación a las necesidades del mercado laboral. Fueron analizadas fuentes secundarias que informan sobre la complejidad de la enseñanza superior (*bacharelado* y tecnológica) en turismo, el papel de las empresas en el proceso educativo en turismo y sobre la educación en turismo en la era postmoderna. Para la recogida de datos primarios fueron aplicadas encuestas con alumnos y empresarios del sector turístico. El análisis de los resultados, obtenidos a través de la aplicación de encuestas, describe un contexto distinto de empleabilidad de los alumnos de los cursos de *bacharelado* y tecnológico en turismo y revela que por parte de los alumnos se necesita potenciar las relaciones entre teoría y práctica en los cursos de turismo y áreas afines, percepción también compartida por las empresas del sector que, además, consideran la formación superior importante, pero no fundamental a la hora de contratar a un profesional ya que en el reclutamiento se solicita tener principalmente experiencia laboral previa y conocimientos técnicos.

Palabras clave: Turismo. Organizaciones turísticas. Enseñanza Superior en Turismo. Empleabilidad. Curitiba.

INTRODUCCIÓN

En el actual contexto globalizado, la búsqueda de la competitividad constituye uno de los principales aspectos para alcanzar el éxito. Sin embargo, no solamente hacen falta buenos recursos materiales, sino también la presencia de una oferta de recursos humanos cualificada. En ese escenario y en la comprensión de la actividad turística como protagonista de la sociedad postindustrial (ANDRADE, 1992; TRIGO, 1999; WAINBERG, 1998), la educación y formación en

¹ Mestrando em Turismo (PPGTUR/UFPR) e Bacharel em Turismo (Unioeste / Foz do Iguaçu). Instrutor de ensino técnico em Turismo (SENAC/PR). shiroshima@hotmail.com

² Doutora em Administração (PPGADM/UFPR) e Bacharel em Turismo (DETUR/UFPR). Professora do Mestrado em Turismo (PPGTUR/UFPR). marcia.nakatani@ufpr.br.

³ Professora Contratada Doutora (DEDE / Universidad de Las Palmas de Gran Canaria). pmolina@dede.ulpgc.es

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

turismo, se constituye en una herramienta estratégica para su buen funcionamiento (FAYOS-SOLÁ, 1996) aún que la enseñanza de turismo en la educación superior sea relativamente un fenómeno reciente (WALMSLEY, 2009).

En Brasil, según la Relación Anual de Informaciones Sociales (RAIS), del Ministerio del Trabajo y Empleo, hay 7,7 millones de personas trabajando en las actividades características del turismo en el país y la estimación es que la demanda por estos profesionales aumente todavía más (BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego, 2010). En Curitiba, el sector de servicios (donde se incluye el turismo) corresponde a un 80% (IBGE, 2010) del Producto Interno Bruto de la ciudad.

Sin embargo, el documento de referencia para el Turismo Brasileño 2011-2014 del Ministerio del Turismo (BRASIL. Ministério do Turismo, 2012) indica que hay una carencia en el mercado de trabajo que está relacionada con la eficiencia y efectividad de la cualificación profesional, que tiene un gran impacto en la calidad de los servicios prestados y también en la ampliación y valoración de las ocupaciones en turismo. Estas carencias están relacionadas tanto con la demanda como con la oferta de calificación.

Así en la realidad brasileña, la discusión principal en torno a la oferta de la enseñanza superior en turismo está centrada en la formación de personas cualificadas y, por lo tanto, se debate lo que sería más adecuado ¿una enseñanza más generalista? o ¿una enseñanza más especializada? Cuestiones estas ya aportadas por Tribe (2001; 2002) en un sentido filosófico que discute los paradigmas de investigación presentes en los planes de estudios de turismo y en la educación de *philosophic practitioners*. Las respuestas a estas preguntas y la afirmación de que no se desarrolla suficientemente estudios sobre los planes de estudios de las carreras de turismo (TRIBE, 2002) pueden, en el panorama brasileño, estar siendo dadas dentro del contexto actual de crecimiento económico del país, que tiene como consecuencia una demanda mayor de mano de obra especializada, que a su vez puede ser considerada una de las causas del crecimiento de la modalidad de enseñanza superior tecnológica (SOGAYAR y REJOWSKI, 2011).

En este punto la enseñanza superior tecnológica tiene como principales características la menor duración que los cursos superiores tradicionales y la concentración de los estudios en campos más específicos del conocimiento llamados de ejes temáticos (LDB, 1996), en el caso del turismo, por ejemplo, hubo la creación de cursos tecnológicos de gestión de turismo, gastronomía y eventos, entre otros. Ese escenario también puede ser observado en el contexto de Curitiba, donde en 2012 había 9 cursos superiores de la modalidad de bacharelado y 7 de la tecnológica. (BRASIL. Ministério da Educação, 2012).

Por lo tanto para entender como la enseñanza superior en turismo se configura y comprender su adaptación a los requerimientos del mercado laboral, este trabajo tiene como objetivo principal analizar las percepciones de los alumnos de los cursos superiores en el área de turismo, así como de las empresas del sector turístico de Curitiba al comprender que también hay una corresponsabilidad de formación por parte del mercado laboral (SANCHO PEREZ, 1998; JAFARI 1996).

LA ENSEÑANZA SUPERIOR EN TURISMO

Cuando se habla de turismo, hay que tener en cuenta que el conocimiento científico de la actividad todavía está en proceso de formación (JENNINGS, 2001; REJOWSKI, 1996) vez que en el ámbito investigativo todavía se debate la multidisciplinariedad y interdisciplinariedad del turismo (JENNINGS, 2001; VEAL, 1992; PHILLIMORE; GOODSON, 2004). Sin embargo el propio carácter multidisciplinar es visto como un factor responsable de la complejidad de la enseñanza en turismo, lo que impone dificultades en la definición de un consenso en la formación tanto por parte del poder público, cuanto por parte de las empresas privadas (PARDO; LUNA, 2007).

En ese sentido, Airey (2004) afirma que la educación en turismo está siendo desarrollada como un campo de investigación durante los últimos cuarenta años, configurando así una variable estratégica para el desarrollo sostenible de la actividad turística (TRIGO, 1999; ANSARAH, 2001; AIREY, 2004). Se constata que fué después de 1960 que el turismo emerge como área de investigación sobre todo por el crecimiento de la actividad y de las organizaciones turísticas en la búsqueda por atender las características del consumidor del turismo. Este nuevo contexto también proporcionó el surgimiento de programas y escuelas de turismo (FIDGEON, 2010).

El debate entre una enseñanza más generalista y otra de carácter más técnica no es una exclusividad del turismo, sino que también de otras ramas de las ciencias humanas y sociales, en las cuales el mercado de trabajo actúa con cierto pragmatismo en relación a la formación, cobrando de la universidad y de los futuros profesionales un mayor grado de conocimiento técnico (ANSARAH, 2002).

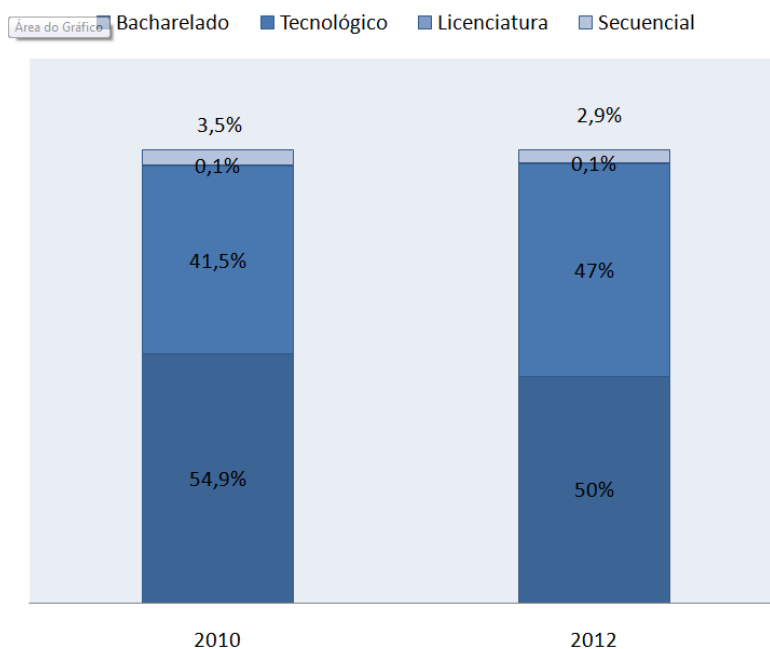
En Brasil, la evolución de la educación en turismo empieza en los años 70 y se extiende hasta mediados de los años 80. Una segunda etapa de crecimiento está situada entre la segunda mitad de los 90 acerca del año 2005 (MOTA, 2011).

Actualmente estas modificaciones están presentes y se configuran como una etapa de estabilización y adecuación, en la cual ocurren algunos ajustes en la oferta de los cursos superiores

de turismo. Los cambios ocurren justamente a través de la caída en la oferta de los cursos de *bacharelado*, pero acompañada de la creación y mayor diversificación de la oferta a través de la modalidad tecnológica (SILVEIRA; MEDAGLIA; GÂNDARA, 2011) .

El Gráfico 1 presenta los números totales de cursos superiores en turismo y áreas afines en Brasil, en los años de 2010 y 2012 con sus respectivas porcentajes entre las modalidades de *bacharelado*, tecnológica, licenciatura y secuencial:

Gráfico 1 – Cantidad de Cursos Superiores en Turismo y porcentaje por modalidad de enseñanza – Brasil



FUENTE: Elaboración propia en base a datos de Mota (2011) e e-MEC/2012 (Disponible en <http://emec.mec.gov.br/>. Consultado el 7/6/12).

Un dato importante aportado en el gráfico anterior fue la disminución general de cursos en turismo (24,9%) y en particular de la oferta de cursos superiores (*bacharelado*) en turismo (de 595 hacia 407). En Paraná, según el Departamento de Apoio aos Municípios e de Desenvolvimento Operacional da Paraná Turismo (PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo, 2009) en Junio de 2009 habían 30 carreras superiores de turismo, 10 carreras técnicas o tecnológicas en turismo en progreso y seis escuelas no iniciarían nuevas turmas.

Se ha visto que la educación en la sociedad postindustrial debería rescatar y privilegiar un entendimiento global y humanístico de los temas que se propone a enseñar a los alumnos. Pero también debe tenerse en cuenta el pragmatismo de los sectores responsables de la empleabilidad de los futuros profesionales, que específicamente en Brasil, todavía es muy fuerte, incluso en el

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

sector turístico (SILVEIRA; MEDAGLIA; GÂNDARA, 2011).

Ese pragmatismo, está compuesto por algunas dosis de perjuicios y una visión arcaica de la actividad turística, donde los empresarios todavía valoran mucho más la experiencia laboral previa que la educación y la formación superior (TRIGO, 1998). De acuerdo con Tuppy (2003), otro posible factor negativo a la empleabilidad de los futuros egresados de los cursos de turismo, es que la educación superior universitaria no está adaptada al mercado de trabajo y el exceso de formación teórica dificulta la inserción laboral, resultando, por tanto, un ciclo vicioso que de un lado no satisface a los empleadores y tampoco los propios alumnos.

Es importante que los actores del proceso educativo (universidades, alumnos y empresarios) tengan en cuenta que la formación puede y debe ocurrir de manera paralela a la carrera, a través de prácticas profesionales que puedan contribuir para una mejora en la relación entre la universidad y el mercado laboral (MOTA, 2011).

En el caso específico de Brasil, hay que considerar que la creación de innumerables cursos superiores de turismo y áreas afines, en regiones que ni siquiera tiene alguna vocación para la actividad turística (emisiva o receptiva) es otro agravante que resulta en la falta de puestos de trabajos para todos los egresados de estos cursos. En ese caso, vemos que la lógica mercadológica de la enseñanza muchas veces privilegia solamente el título superior, que en realidad hoy en día, ya no garantiza a nadie el acceso al mercado laboral, que, en realidad, como se ha visto, privilegia más la experiencia.

Al parecer, siempre se ha dado una desalineación entre la academia y los empresarios. Lo que parece obvio para solucionar ese problema es encontrar un punto de concordancia y herramientas capaces de satisfacer a todos los involucrados en este proceso.

En cierta forma se puede ver el surgimiento de los nuevos cursos de tecnología, como un intento para resolver la cuestión de la empleabilidad y de la demanda del mercado laboral por profesionales especializados(SILVEIRA; MEDAGLIA; GÂNDARA, 2011) .

Según Beni (1998) la formación del conocimiento científico en turismo es resultado de la complejidad derivada de las diferentes ramas que la integran como la sociología, la economía, la antropología, la geografía, la administración, la psicología, entre otras. Esta es una tendencia que también influye directamente en la enseñanza del turismo que de acuerdo con Ansarah (2002) debe estar direccionada a multidisciplinaridad y para el trabajo en equipo. Para eso la educación en turismo debe ser capaz de fomentar la capacidad creativa de los profesionales, la habilidad para

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

la adaptación de las nuevas tecnologías, el uso de nuevos procesos y formas de organización, además de ser capaz de promover la motivación como instrumento para la búsqueda constante de la innovación (DENCKER, 2002).

Otras características de la educación en turismo serían desarrollar competencias como la capacidad de comunicación y de gestión de la información, la capacidad e iniciativa para resolver problemas, la de trabajar en equipo, la capacidad para realizar toma de decisiones, la apertura hacia el cambio, el conocimiento de un idioma extranjero, la habilidad de análisis y síntesis, y entre otras habilidades personales, instrumentales y sistémicas (RUSCHMANN, 2002; RODRÍGUEZ-ANTÓN; ALONSO-ALMEIDA; ANDRADA; PEDROCHE, 2013).

Para que se pueda desarrollar las competencias y habilidades anteriormente mencionadas, la Organización Mundial de Turismo (OMT) propone que la formación en turismo esté orientada a la calidad total, o sea, que de una forma análoga a la calidad total en una empresa, ese sistema de educación debe estar orientado al cliente (SANCHO PEREZ, 1998).

En esta situación los clientes serían los propios alumnos de forma directa y de forma indirecta las empresas que son los usuarios finales de las competencias desarrolladas en el proceso de educación (a través de la contratación de los alumnos), o sea, es un modelo de educación que tiene el objetivo de potenciar la empleabilidad. Además hay que tener en cuenta la importancia del papel de los sujetos asociados en el proceso que serían la administración (papel ordenador, formador y también fuente empleadora) y los profesionales de educación que tienen importancia fundamental en la obtención de la calidad educativa.

Uno de los actores en el proceso educativo en turismo es la empresa (RODRÍGUEZ-ANTÓN *et al.*, 2013; SANCHO-PEREZ, 1998; JAFARI, 1996). Eso quiere decir que el papel de la empresa es complementario además de ser el beneficiario final (cliente indirecto) de dicho proceso educativo.

La responsabilidad de la empresa, por tanto, sería la formación, que tiene un carácter más práctico, objetivo y técnico al contrario de la educación que se basa en conceptos más teóricos, en principios e ideas (COOPER en TRIGO, 1999; JENKINS, 1996). Sin embargo, el desafío actual es hacer que los empresarios comprendan no solamente la importancia de la formación (general y específica) dentro del ámbito de sus organizaciones, pero también la enseñanza en turismo como siendo un proceso educativo que incluye las cualidades humanas (STERGIOU; AIREY; RILEY, 2008).

Con efecto, es necesario resaltar que la educación sería el punto inicial de acumulación de conocimiento (instrumentales y humanos), pues debido a las rápidas y constantes

transformaciones del mundo globalizado, la actividad turística requiere habilidades más complejas que exigen cada vez más instrucción en el puesto de trabajo (LIPMAN, 1996).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación de carácter exploratorio y descriptivo (CRESWELL, 2007) emplea, junto con las fuentes secundarias de datos cuantitativos, fundamentalmente aquellos que informan sobre los aspectos formales de la implantación de los nuevos títulos en el sistema educativo de la ciudad de Curitiba (obtenidos del Ministerio de Educación), encuestas a través de cuestionario como fuentes primarias de recogida de información.

Debido a la gran dimensión territorial de Brasil, se delimitó el trabajo de campo a una zona específica, la ciudad de Curitiba, capital del Estado de Paraná, ubicado en la Región Sur del país.

Por tanto, es importante resaltar que las conclusiones obtenidas a través de esta investigación reflejan la realidad particular de Curitiba, quedando también abierta la posibilidad de una posterior investigación más amplia territorialmente, lo que permitiría generalizar al ámbito nacional, por ejemplo, los resultados obtenidos.

En relación a la encuesta aplicada en las carreras de turismo y áreas afines de Curitiba, el universo estuvo formado por todos aquellos que hasta la fecha de 22 de junio de 2012, funcionaban de manera regular y estaban debidamente autorizados por el Ministerio de Educación.

También se definió un parámetro delimitador para la muestra, que estableció que serían encuestados los alumnos de los últimos dos años, pues se ha considerado que son en esas etapas del curso cuando se empieza a tener los primeros contactos con el mundo laboral. Numéricamente, la muestra estuvo compuesta por 263 estudiantes.

En relación a las encuestas, se hizo una aplicación de prueba de cuestionarios con 5 (cinco) licenciados en turismo, lo que posibilitó la realización de algunos ajustes en el instrumento de recogida de datos. Así la aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo, de forma presencial, entre los meses de mayo y junio de 2012. La aplicación resultó un total de 225 cuestionarios respondidos (85,5 % de la muestra delimitada).

Otro instrumento utilizado fue las encuestas a los empresarios del sector turístico. El trabajo de campo fue realizado entre los meses de mayo y junio de 2012. El universo total de empresas del sector turístico de Curitiba estaba compuesto por todas aquellas acreditadas por las

principales asociaciones de clases⁴ⁱ, que reunían las más importantes empresas de sus respectivos subsectores.

La muestra elegida para el universo fue de 350 (trecientas cincuenta) empresas, se constituyó en todas aquellas que poseían una página de internet, con datos de correo electrónico o formulario de contacto *on line*, que posibilitara el envío de los cuestionarios por medio electrónico, resultando un total de 183 empresas.

En principio se hizo una aplicación de prueba con el envío de 6 (seis) cuestionarios a algunas empresas seleccionadas por el investigador, a través de correo electrónico, adjuntándoles el cuestionario en documento tipo editor de texto *Word*. Tras las consideraciones hechas por estas empresas, se optó por cambiar el cuestionario por una versión *on line* hecha por medio de la herramienta *Form* del aplicativo *Google Docs*. Con esta nueva versión se recibieron, hasta finales de junio/12, un total de 32 cuestionarios correctamente cumplimentados (17,5% de la muestra).

Los cuestionarios estaban formados, en cuanto a su forma, por preguntas cerradas, abiertas, dicotómicas y de elección múltiple, con opción de respuestas de tipo abanico y de estimación. En cuanto a sus tipos, las preguntas son de hecho, de acción, de intención y de opinión.

Las herramientas estadísticas utilizadas para la tabulación y análisis de los datos obtenidos de las encuestas fueron los programas PSPP (versión 0.7.8) para el establecimiento de datos en rangos y el InfoStat para los demás datos. Ambos *softwares* permiten el análisis tanto cuantitativo, como cualitativo de los datos.

Para el análisis de las respuestas de las preguntas abiertas, se hizo una agrupación por conceptos con el objetivo de organizar y estructurar de manera más adecuada los resultados obtenidos.

LA PERCEPCION DE LOS ALUMNOS

En relación a los alumnos el 66% era del sexo femenino y el 34% del sexo masculino. La edad de los encuestados se sitúa principalmente en los rangos entre 17 y 22 años (57%) y entre 23

⁴Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV/PR; Associação Brasileira da Indústria Hoteleira - ABIH/PR; Associação Brasileira de Operadoras de Turismo - BRAZTOA; Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL; Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

y 28 años (22%). En cuanto a la modalidad de enseñanza, el 75% de los encuestados pertenecían a la modalidad tecnológica, mientras el 25% a la modalidad de *bacharelado*.

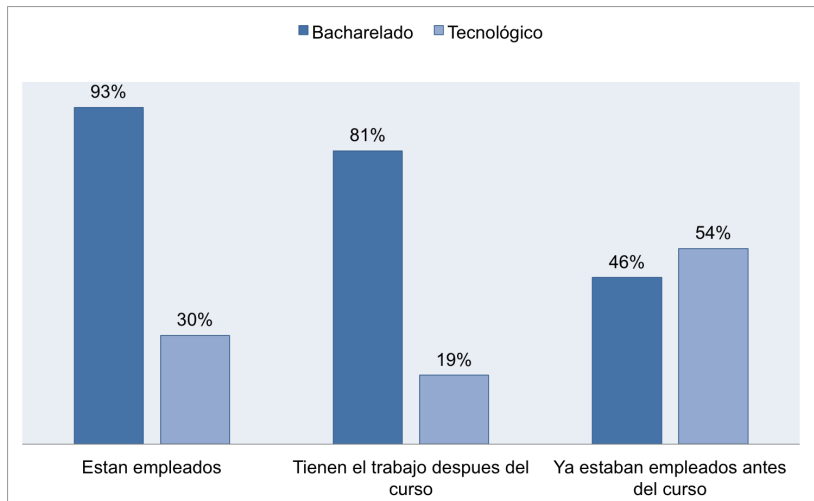
Respecto a la motivación a la hora de elegir el curso superior de turismo, el 79% consideran las asignaturas ofertadas como factores importantes. Por otro lado, también se verificó que el 83% de los encuestados eligieron el curso por creer que tendrían mayores posibilidades de obtener un empleo en el área de turismo.

En cuanto al nivel de la formación que reciben los alumnos, se les preguntó si se sentían suficientemente preparados para acceder al mercado laboral. El 57% de los alumnos de *bacharelado* eligió la opción “parcialmente”, mientras que el 35% refirió que se considera “totalmente preparado”. Sin embargo, en la modalidad tecnológica el 60% se considera preparado “parcialmente” y el 13% consideraba que estaba “totalmente preparado”.

Para conocer el nivel de empleabilidad entre los alumnos, se les preguntó si trabajan o si ya habían trabajado en el sector turístico o áreas afines. La diferencia de nivel de empleabilidad entre las modalidades es muy significativa, pues el 93% de los alumnos del *bacharelado* trabajan o ya han trabajado en turismo o áreas afines, mientras que en la modalidad tecnológica ese índice es solo de un 30%. Este bajo porcentaje de alumnos de la modalidad tecnológica sin trabajo y que nunca han trabajado en el área, puede ser reflejo de algunos factores como el carácter novedoso de los cursos, o bien por una oferta que supera la demanda del mercado laboral en estas áreas.

Para verificar si el curso ha ayudado en la inserción en el mercado laboral, se les preguntó a los alumnos que estaban trabajando si habían comenzado a trabajar antes o después de estar cursando una carrera en turismo o áreas afines. Las diferencias de respuestas en las modalidades también son significativas, pues el 81% de los alumnos de *bacharelado* han comenzado a trabajar después de estar cursando el grado. En ese caso se supone que el curso ha ayudado en la inserción de estos alumnos en el mercado laboral. En el caso de la modalidad tecnológica, la mayoría de los alumnos ya estaban trabajando antes de empezar el curso (54%). Eso demuestra que una gran parte de ellos busca en el curso una oportunidad de mayor especialización o cualificación en la profesión que ejercen a través de la obtención de un título de curso superior de grado.

Gráfico 2 – La empleabilidad y los cursos de *bacharelado* y tecnológico en turismo, Curitiba-PR



Fuente: Elaboración propia

Es interesante resaltar que el 63% de los alumnos de *bacharelado* creen que no hay la misma aceptación en el mercado de trabajo en relación a ambas modalidades, además creen que el *bacharelado* posee mayor aceptación. En la modalidad tecnológica las opciones elegidas se reparten en partes iguales (50% cada).

La última pregunta del cuestionario, de tipo abierto. Tenía el objetivo de saber lo que se necesitaba mejorar en el curso para potenciar la inserción laboral de los egresados en el área de turismo. Los alumnos de las dos modalidades coinciden sobre la necesidad de la realización de más prácticas durante la formación (el 46% de la modalidad tecnológica y el 44% en el *bacharelado*) con el objetivo de acercar la teoría a las exigencias de la realidad empresarial. Lo que llama la atención en la modalidad tecnológica es el hecho de que uno de los atractivos y ventajas es su corto tiempo de duración, sin embargo, el análisis de las respuestas reveló que el 13% de los alumnos (segunda sugerencia más citada) prefiere tener una carga horaria mayor, para que el contenido pueda ser dado de manera más profunda y menos superficial.

LA PERCEPCION DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE CURITIBA

El análisis muestra que el 81% de las empresas encuestadas afirmaron tener o haber tenido empleados licenciados en turismo o áreas afines. Asimismo, se les planteó que valoraran la importancia que la empresa le daba a este hecho: el 38% de las empresas eligieron la valoración 4 (en una escala de 1 hasta 5), considerando, por tanto, la contratación de un empleado licenciado (*bacharelado*) en el área como un aspecto importante y favorable. Sin embargo, el 31% eligieron la posición central de la escala (3), lo que indica que les da igual contratar o no a un licenciado en

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

turismo o áreas afines e indica que a la hora de realizar el proceso de selección, ellos consideran otros factores como la experiencia laboral previa y las indicaciones de personas conocidas.

La cuestión entonces estaba en si las empresas encuestadas consideraban que los cursos superiores en el área de turismo vigentes en Curitiba realmente forman profesionales preparados para el mercado laboral. El 46% de los encuestados consideraron que los cursos no forman profesionales totalmente preparados para el mercado de trabajo. El 38% se sitúa en un término medio y solo el 16% considera que los cursos preparan a los alumnos de manera adecuada para la inserción laboral.

Así pues, se profundiza en los motivos de la contratación preguntando entonces a las empresas qué era lo que más valoraban a la hora del reclutamiento. A pesar de que la formación superior en el área de turismo es importante para la mayoría de las empresas, los resultados indican que el título superior en sí, ya no es un diferencial en el mercado de trabajo, que considera factores como la experiencia previa y las buenas referencias profesionales igualmente importantes.

Dado el hecho de estar conviviendo dos titulaciones superiores en turismo, se consideró importante conocer hasta qué punto en las empresas se conocen las diferencias existentes entre ambas. Es por ello que se preguntó si en el marco de la empresa se conocían las diferencias básicas entre la modalidad tecnológica y el *bacharelado*. La mayoría de los encuestados (84%) dice conocer o por lo menos tener una idea acerca de las diferencias entre las dos modalidades de enseñanza superior en turismo y áreas afines. Existiendo entonces conciencia de ello, y como ambas titulaciones poseen estatus de curso superior de grado, se preguntó a los encuestados si considerarían hacer distinción de salarios entre los profesionales egresados de cada modalidad. El resultado es que el 59% de los encuestados no haría distinción de salarios, mientras que el 25% lo haría y el 16% no puede decir por no conocer las diferencias entre las modalidades.

El cuestionario dirigido a las empresas concluye con una pregunta de tipo abierta con el firme objetivo de averiguar los principales atributos que el empleador espera del profesional egresado de un curso en turismo o áreas afines. El resultado es que los encuestados esperan que el egresado posea un conocimiento técnico y específico del área en que pretende trabajar, que domine *softwares* específicos y que tenga conocimiento de mercado. En definitiva, se hace hincapié en la necesidad de complementar los conocimientos teóricos con la práctica, con la experiencia previa, como factores clave a la hora de la contratación.

CONCLUSIONES E RECOMENDACIONES

Este trabajo tuvo como objetivo principal analizar las percepciones de los alumnos de los cursos superiores en el área de turismo, así como de las empresas del sector turístico de Curitiba, en relación a la actual realidad en la enseñanza superior en Brasil y su adaptación a los requerimientos del mercado laboral.

Para llegar al objetivo general, el trabajo se desarrolló en base a siete objetivos específicos recogidos en los párrafos que siguen las conclusiones finales más relevantes vinculadas a los mismos.

Primeramente, desde el punto de vista de la complejidad de la enseñanza en turismo y áreas afines, se concluye que los principales desafíos en Brasil, consiste en tratar con su naturaleza compleja y encontrar maneras de promover la convergencia de las distintas ramas que componen esa actividad, a favor de una enseñanza superior que sea capaz de atender a las expectativas de todos los actores involucrados en ese proceso, la universidad, los alumnos, el mercado y la propia sociedad como un todo.

Además, es necesario tener en cuenta que el eje central del proceso educativo, debe estar basado en el hecho de que el turismo es un fenómeno con repercusiones sociales, culturales y ambientales y no solamente una actividad de carácter puramente economicista y mercadológica. Es importante atender a las exigencias del mercado, pero es igualmente importante promover la formación de recursos humanos que sean capaces de reflexionar e investigar los fenómenos resultantes de la actividad turística, con vista al desarrollo sostenible.

En ese contexto también se concluye que la evolución de los cursos superiores en turismo y áreas afines en Brasil, constituyen un avance al país, pues ellos posibilitan el surgimiento de trabajadores más calificados que promueven la mayor profesionalización del sector, basados en una visión holística de la actividad turística. Al mismo tiempo, surgen más investigadores especializados en los diversos segmentos turísticos, que hacen que cada vez más se comprenda el fenómeno turístico actual.

En cuanto a la evolución de la enseñanza superior en el área de turismo en Brasil, se concluye también que el exceso en la creación de cursos en esta área, en algunos momentos, estuvo relacionado con el carácter mercadológico de la enseñanza superior privada. La actual fase de acomodación de la oferta de estos cursos se convierte en un factor positivo, pues pasaron a ser

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

ofertados sobretudo en los sitios que verdaderamente reúnen una cierta vocación turística y con capacidad de absorber los profesionales del sector en el Estado de Paraná.

En relación al análisis de las características de la enseñanza superior tecnológica en el contexto brasileño, se concluye que la creciente oferta de los mismos está fuertemente ligada al actual escenario de crecimiento económico del país, que demanda profesionales cualificados en el área de turismo de manera urgente. No obstante, todavía se hacen necesarias más investigaciones sobre los resultados efectivos de esta oferta que por su característica, puede ser clasificada como coyuntural y tendencial.

En relación al desarrollo, aplicación y análisis de los resultados de las encuestas aplicadas, se puede sacar una serie de conclusiones. La primera se refiere a las motivaciones de los alumnos a la hora de elegir un curso en el área de turismo. En general, la mayoría de las motivaciones presentadas por los estudiantes de las dos modalidades, convergen para un mismo objetivo principal, que consiste en considerar estos cursos como una buena oportunidad de insertarse en el mercado de trabajo, por tanto, el turismo como área promisoramente profesionalmente.

Por parte de las empresas del sector turístico en Curitiba, se concluye que reconocen la importancia de los cursos superiores en el área de turismo, pero no los consideran indispensables para la inserción laboral, resultando que la valoración profesional privilegia igualmente la experiencia laboral previa y los conocimientos técnicos en el segmento en el que se pretende actuar.

La investigación también constató que la mayoría de las empresas encuestadas en Curitiba no hace distinción entre los egresados de ambas modalidades, a pesar de que, en cuanto a la empleabilidad, los alumnos de *bacharelado* se encuentran en posición de ventaja, quizás por el hecho de que esta modalidad tiene un nivel de consolidación mayor que la tecnológica.

Los alumnos de ambas modalidades y las empresas coinciden en que se hace necesaria una mayor combinación entre teoría y práctica en los cursos actualmente ofertados.

La modalidad tecnológica, por su propia definición, se propone a ofrecer una enseñanza más específica y práctica con vistas a atender la demanda del mercado laboral, lo que en la percepción de los alumnos y de las empresas, no se confirma en la práctica. Esta constatación es preocupante, una vez que se corre el riesgo de que esta modalidad, al final, se convierta en apenas una versión resumida del *bacharelado*, dejando de atender a sus propósitos y objetivos.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

De acuerdo con los perfiles y áreas de actuación de los egresados y con los resultados obtenidos en las encuestas, se concluye que entre la modalidad tecnológica y el *bacharelado*, existe una superposición en relación a los puestos de trabajo. En ese sentido el *bacharelado*, que tiene un carácter más generalista, ofrece mayores posibilidades de actuación a sus egresados, mientras que en la modalidad tecnológica, los cursos todavía no fueron totalmente asimilados por el sector turístico de Curitiba. Como consecuencia, muchos alumnos de esta modalidad todavía no han encontrado un puesto de trabajo en el área de sus respectivos cursos.

Por fin y con el objetivo de contribuir para el perfeccionamiento de la enseñanza superior en turismo y áreas afines, se hacen algunas recomendaciones basadas en los análisis resultantes de esta investigación.

La primera, de carácter más general, es crear un canal de comunicación permanente entre todos los actores involucrados en el proceso educativo en turismo que son, el gobierno, las universidades, los alumnos y las empresas. Que ese canal sea un instrumento de discusión de opiniones, sugerencias y análisis de todos los actores, haciendo que de esa manera, la educación y formación en turismo y áreas afines alcance los resultados esperados por todos.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de empresas del sector turístico existente en Curitiba, la segunda recomendación es promover el establecimiento de un número mayor de acuerdos entre estas empresas y los cursos existentes en la ciudad, con vistas a promover un mayor intercambio de experiencias, a través de las prácticas laborales. Eso resolvería la cuestión de la experiencia exigida por parte de las empresas y favorecería la inserción de los alumnos en el mercado de trabajo.

Otra posibilidad para la modalidad tecnológica es incentivar a los alumnos a seguir con sus estudios a nivel de postgrado, para que puedan también seguir la carrera académica como profesor, permitiendo que estos cursos sean suministrados también bajo la visión de un *tecnólogo*.

Indirectamente con el tema central de este trabajo se observa que la creación, por las instituciones competentes, de más cursos de postgrado en el área de turismo, con el objetivo de fomentar la producción de investigaciones que contribuyan al desarrollo sostenible en la actividad turística es aunque igualmente importante, pues afecta la actividad turística como un todo, incluso a la enseñanza superior.

Los resultados de la investigación se podrán enriquecer también con la aplicación de otros métodos cualitativos, quedando, por tanto, abierta la posibilidad de aplicación de estos métodos

posteriormente, para profundizar el presente trabajo, o bien para el desarrollo de nuevos proyectos en esta misma línea de investigación.

REFERENCIAS

- AIREY, D. (2004). *From here to uncertainty. Critical Issues in Tourism Education*. Proceedings of the 2004 Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Missenden Abbey, Buckinghamshire UK, 1-3 December, 2004. Disponible em: http://www.athe.org.uk/publications/guidelines_14.pdf. Acesso em 10.4.2013.
- Ander-Egg, E. (1978). *Introducción a las técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Ed. Humanitas.
- Andrade, J. (1992). *Turismo: fundamentos e dimensões*, ed. Ática, São Paulo.
- ANSARAH, M. G. R. (2001). *Turismo, como aprender como ensinar*. São Paulo: Ed. Senac.
- ANSARAH, M.G.R (2002). *Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria*. São Paulo: Aleph.
- BARRETO, M., TAMANINI, E. y SILVA, M.I.P. (2004). *Discutindo o ensino universitário de turismo*, Campinas, Ed. Papyrus.
- BRASIL. Ministerio do Turismo (2012): *Turismo no Brasil 2011-2014*, en <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html> (Acceso: 29/03/12).
- CENTENO, R. R. (2001). *Metodología de la investigación aplicada al turismo – Casos prácticos*: México D.F., Ed. Trillas.
- CRESWELL, J. (2007). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Bookman.
- DENCKER, A. de F. (2002). *Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior: Uma experiência no curso de turismo*. São Paulo: Ed. Aleph.
- DENCKER, A. de F. (2007). *Pesquisa em turismo: planejamento e técnicas*. São Paulo: ed. Futura.
- FAYOS-SOLÁ, E. (1996). “*El capital humano en la industria turística del siglo XXI*”, Educación y formación en la nueva era del turismo: la visión de la OMT, OMT, pp. 57-72, Madrid.
- FIDEGEON, P. R. (2010). *Tourism education and curriculum design: a time for consolidation and review?*. *Tourism Management*, 31, 699-723.
- HAWKINS, D. (1996). “*Paradigm shifts and major trends influencing tourism education in the new age of tourism*”, en Fayos-Solá (dir.): El capital humano en la industria turística del siglo XXI, OMT, pp. 75-86, Madrid.
- INEP (2011): *Censo da educação superior 2010* en <http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior/resumos-tecnicos> (Acceso en 22/05/12).
- JAFARI, J. (1996). “*Tourismification of the profession. Chamaleon job names across the industry*”, en Fayos-Solá (dir.): El capital humano en la industria turística del siglo XXI, OMT, pp. 203-212, Madrid.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

- JENKINS, C.I. (1996): *“Tourism educational systems, institutions and curricula: satandardisations ans c ertification”*, en Fayos-Solá (dir.): El capital humano en la industria turística del siglo XXI, OMT, pp. 215-220, Madrid.
- JENNINGS, G. (2001). *Tourism research*. Queensland: John Wiley & Sons Australia.
- LIPMAN, G. (1996): *“Human Capital in the tourism industry*, en Fayos-Solá (dir.): El capital humano en la i ndustria turística del siglo XXI, OMT, pp. 89-92, Madrid.
- MINAYO, M. C. (2001). *O desafio do conhecimento: Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social*. Petrópolis: ed. Vozes.
- MOTA, K.C.N. (2011). *Educação superior em turismo no Brasil: análise dos cursos no contexto contemporâneo e a oferta tecnológica nos institutos federais do nordeste*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-graduação em Administração, Univali, Balneário Camboriú.
- PARANÁ. SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. DAP/PRTUR – Departamento de Apoio aos Municípios e de Desenvolvimento Operacional. (2009). *Relação atualizada de Cursos Técnicos e Superiores de Turismo no Estado do Paraná*. Apresentação em slides. Não publicada.
- PARDO, M. y LUNA, R. (2007). *Recursos Humanos para Turismo*. Pearson: Madrid.
- PHILLIMORE, J y GOODSON, L. (ed.) *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies*. London: Routledge.
- RAYA, J. M. (2004) *Estadística aplicada al turismo*. Madrid: Pearson.
- REJOKWSKI, M. (1996). *Turismo e Pesquisa Científica*. Campinas: Papirus.
- RODRÍGUEZ-ANTÓN, J. M., ALONSO-ALMEIDA, M. M, ANDRADA, L. R. y PEDROCHE, M. C. (2013). Are university tourism programmes preparing the professionals the tourist industry needs? A longitudinal study. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports & Tourism Education*, 12, 25-35.
- RUSCHMANN, D.V.M. (2002). *Turismo no Brasil: análise e tendências*, Barueri, ed. Manole.
- SANCHO PÉREZ, A. (1998). *“Educación y formación en turismo: un estudio sobre la Comunidad Valenciana”*, Revista Valenciana D’Estudis Autònòmic, n. 25, pp. 151-163 Valencia.
- SCHLÜTER, R. G. (2005). *Investigación en turismo y hotelería*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos: Buenos Aires.
- SILVEIRA, C.E., MEDAGLIA, J.,GÂNDARA, J. M. G. *Quatro décadas de ensino superior no Brasil: dificuldades na formação e consolidação so mercado de trabalho e a ascensão de uma área de estudo com efeito colateral*. *Turismo Visão e Ação*, 14, 6-18.
- SOGAYAR, R.L., REJOWSKI, M. *Ensino superior em turismo em busca de novos paradigmas educacionais: problemas, desafios e forças de pressão*. *Turismo Visão e Ação*, 13, 282-298.
- TRIBE, J. (2001). *Research paradigms and the tourism curriculum*. *Journal of Travel Research*, 39, 442-448.
- TRIBE, J (2002). The philosophic practitioner. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 338-357.
- TRIGO, L. G. G. (1999): *A sociedade Pós-Industrial e o profissional em turismo*. Campinas: Papirus.
- Tuppy, M. I. (2003). *“Inserção profissional e imaginário social”*. *Trabalho e Educação*. Unesp: São Paulo.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

- STERGIOU, D., AIREY, D. y RILEY, M. (2008). Making sense of tourism teaching. *Annals of Tourism Research*, v. 35, n. 3, p. 631-649.
- VEAL, A. J. *Research methods for leisure and tourism: a practical guide*. UK: Longman.
- Wainberg, J. (1998): *Anotações para uma teoria do turismo: a indústria da diferença*, en GASTAL, S. (org.) *Turismo: nove propostas para um saber-fazer.*, Editora dos Autores, pp. 42-64, Porto Alegre.
- WALMSLEY, A. (2009). Tourism education: beyond ideology. *International Centre for Responsible Tourism, Leeds Metropolitan University, Leeds, UK. Occasional Paper n. 16, p.1-14.*