

Mercados emisores y competencia multicultural del profesional de turismo / International tourist markets and multicultural competence of tourism professionals

Orlando Cedeño-Almaguer. cedenoa@crystalisa.icrt.cu

Institución del autor

Instituto Superior de Arte, Filial Holguín. Cuba

PAÍS: Cuba

RESUMEN

Se abordó la necesidad de diversificar el mercado turístico cubano en función de hacerlo más competitivo frente a la diversidad sociocultural de sus mercados emisores, superando la estrecha opción de sol y playa, sobre la base de nuevas alternativas que contemplen las riquezas paisajísticas y culturales del país, así como las variadas expectativas de los visitantes. La solución a esta situación está vinculada con la calidad del desempeño del profesional de turismo, el cual se sustenta en sus competencias. En consecuencia con lo anterior la enseñanza superior debe desarrollar un tipo de competencia que prepare a los profesionales del sector para enfrentar a una clientela con crecientes características multiculturales. En busca de una

ABSTRACT

The paper focuses on the need of diversifying the Cuban tourist market, in order to make it more competitive in view of the growing sociocultural diversity of its tourist source countries. It also emphasizes the necessity of taking the country's landscape and culture potentials into account to meet tourist expectations, so as to overcome the conventional sun and beach-based offers. The surmounting of this situation is linked to tourism professional's performance, which is, at the same time, closely related to the competences attained by the specialist in question. Consequently, Higher Education should develop a kind of competence which gets tourism professionals ready to face clients with growing multicultural characteristics. In search of a solution to this problem, the

solución al problema, se realizó un análisis del plan de estudio de la carrera de turismo en Cuba, así como de algunos de estos planes en universidades extranjeras. Como colofón se aplicó una encuesta a profesionales del turismo de diferentes polos del país, con el propósito de determinar la correspondencia entre las características socioculturales de los clientes y las competencias necesarias para satisfacer sus expectativas. Los resultados obtenidos corroboran la necesidad de desarrollo de la competencia multicultural.

PALABRAS CLAVES: TURISMO; TURISTA; MERCADO TURISTICO; EMISORES DE TURISMO; CAPITAL HUMANO; FORMACIÓN PROFESIONAL; DESEMPEÑO PROFESIONAL; COMPETENCIA MULTICULTURAL.

tourism syllabus used in Cuba and some syllabuses used in foreign universities were submitted to analysis. As a coda to this research, several tourism professionals from all over the island were interviewed in quest of correspondence between customers' sociocultural characteristics and the competences required to meet their expectations. The results obtained confirm the need to develop multicultural competence.

KEY WORDS: TOURISM; TOURIST; TOURISM MARKET; SOURCE COUNTRIES; HUMAN CAPITAL; PROFESSIONAL EDUCATION; PROFESSIONAL PERFORMANCE; MULTICULTURAL COMPETENCE.

INTRODUCCION

Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas (2012), durante la pasada temporada de turismo, Canadá se mantuvo como el principal emisor de turistas hacia Cuba seguido por Reino Unido, Italia, España, Alemania, Francia, Argentina, Rusia, México y Venezuela. En el caso específico del polo turístico holguinero más del 50% de los visitantes proceden de Canadá. Hasta el presente, a pesar de las potencialidades culturales y paisajísticas del archipiélago cubano y los esfuerzos realizados, en el turismo nacional ha

prevalecido la opción de sol y playa, como en la mayoría de los destinos del Caribe.

En un mundo globalizado sujeto a constantes movimientos migratorios e intercambios culturales, la competitividad de la industria turística debe depender de la calidad y diversidad de los productos ofertados, que dadas las características de los principales mercados exigen un tratamiento desde la multiculturalidad. La solución a esta situación pasa por la calidad del desempeño del profesional de turismo, lo cual está estrechamente relacionado con sus competencias.

MATERIALES Y METODOS

La observación científica, el análisis y la síntesis del contenido son los métodos utilizados para la realización de este artículo. Para la obtención de información, se revisaron diversas fuentes, se aplicaron entrevistas, encuestas y se utilizó el método estadístico auxiliado por procedimientos informatizados utilizando la aplicación Excel.

RESULTADOS DEL TRABAJO

Aunque no existe una definición única y no se ha podido llegar a un consenso sobre el concepto de competencia laboral, el análisis de las definiciones ofrecidas por las principales entidades internacionales, así como por expertos que se ocupan del asunto, ha permitido revelar elementos comunes en las diferentes definiciones, a partir de los cuales pueden inferirse características esenciales de esta competencia:

- a) Está orientada al desempeño en el trabajo en situaciones definidas.
- b) Usualmente se contrasta ante un patrón o norma de desempeño esperado.
- c) Incluye un gran acervo de capacidades personales y sociales, sobre todo las de trabajar en equipo y establecer relaciones.

Los vertiginosos cambios surgidos en el proceso productivo han conducido a una visión más completa de las competencias, las cuales transitan del dominio de lo puramente técnico hacia una perspectiva holística e integral. En este nuevo contexto se plantea que la formación promovida por la institución educativa (en este caso, la Universidad), no sólo debe diseñarse en función de

la incorporación del sujeto a la vida productiva; sino que debe incluir la participación en la cultura de su época. Este nuevo nivel de la competencia laboral es definido como competencia profesional.

La adopción del enfoque por competencias en la formación profesional, ha estado relacionada con los cambios globales que están teniendo lugar actualmente en diferentes esferas de la producción. Mertens (1997) enfatiza en la relación existente entre las competencias laborales, la generación de ventajas competitivas, las estrategias para el logro de rendimientos y la gestión de recursos humanos. Es decir, para este autor, la emergencia del enfoque por competencias esta indiscutiblemente relacionada con las transformaciones productivas, que han estado teniendo lugar desde la novena década del pasado siglo.

La mayor exposición a la competitividad global, las presiones para mejorar la calidad y las necesidades de reducción de costos; estrategias llegadas desde Japón, se expandieron rápidamente por el mundo occidental. Las empresas no tardaron en entender que la única forma de prevalecer en el mercado era la creación de ventajas competitivas. El logro de posiciones favorables, dentro de un mercado cada vez más globalizado, depende grandemente del desarrollo de recursos humanos competentes.

Para otros especialistas, el movimiento por las competencias profesionales tiene su origen en la séptima década del siglo XX, con las investigaciones de David McClelland, profesor de Psicología en el Harvard Business School; quien, desde una perspectiva psicológica, aportó nuevos elementos para la definición de las competencias. Sus indagaciones demuestran que, por medio de tests tradicionales sobre aptitudes académicas y tests de conocimientos, no se podía pronosticar el futuro desempeño de un individuo en un puesto de trabajo.

Estas investigaciones favorecieron el desarrollo del tema de las competencias y contribuyeron a que, a partir de la siguiente década, muchas organizaciones e instituciones comenzaran a utilizar las competencias para el reclutamiento, selección y gestión de los recursos humanos.

Luego de la publicación de los libros, Emotional Intelligence de Daniel Goleman y The Competent Manager de Rick Boyatzis, se popularizó el tema de la inteligencia

emocional y, al mismo tiempo, se reforzó la importancia de las competencias, como elementos esenciales para determinar el desempeño profesional.

En las estrategias de las empresas, encaminadas obviamente a lograr el incremento de la competitividad, además de los bienes y posesiones físicas o financieras, se incluyeron otros aspectos que aunque intangibles no resultaban de menos valor, como es el caso del conocimiento, el entrenamiento, la capacidad de innovación, la gestión de mercado, los sistemas de motivación, etc. Es decir, dentro de esta nueva arquitectura estratégica, el factor humano se convierte en uno de los elementos fundamentales a tener presente para el logro de los objetivos de la empresa.

Actualmente, existen experiencias de aplicación de las competencias laborales a la formación profesional, y asimismo una vertiente de empleo de este enfoque en la gestión de recursos humanos. Muchas empresas forzadas por la vertiginosidad de los cambios y la obligada reorganización del trabajo han promovido el establecimiento de sistemas de gestión de recursos humanos basados en competencias laborales para mantenerse competitivas.

La industria del ocio constituye, posiblemente, el sector que exige mayor flexibilidad empresarial para poder adecuarse a los tiempos, dada la particular velocidad con que avanzan las transformaciones en este dominio. De estas peculiaridades se deriva asimismo el interés del sistema del turismo por incorporar las competencias, tanto a la formación de sus profesionales como a la gestión de capital humano.

En Cuba las experiencias de aplicación de las competencias al campo de la educación y de la gestión son relativamente recientes. No obstante, existen ya varias entidades, en ambos dominios, que se encuentran en fase de implementación del enfoque por competencias. Este proceso se realiza sobre las bases que rigen la norma cubana (3000/ 2007), las legislaciones vigentes y los principios teórico-metodológicos que hacen funcionar este sistema en las organizaciones.

La norma cubana (3000/ 2007) define la competencia laboral como un conjunto sinérgico de conocimientos, habilidades, experiencias, sentimientos, actitudes, motivaciones, características personales y valores, basado en la idoneidad demostrada, asociado a un desempeño superior del trabajador y en la organización, en correspondencias con las exigencias técnicas, productivas y de servicios. Por lo que es requerimiento esencial que esas competencias sean observables, medibles y que contribuyan al logro de los objetivos de la organización.

El turismo es un fenómeno complejo que depende en gran medida del desarrollo de sus recursos humanos, es decir, el perfeccionamiento de los mismos tiene un impacto significativo en los resultados financieros, así como en la sostenibilidad del sector.

Cho & Wong (2001:52) valorando el asunto de los recursos humanos en el sector de los servicios turísticos afirman que: *El diseño de sistemas de recursos humanos integrales es uno de las maneras más efectivas de asegurar la creación de valor para los consumidores y rentabilidad para los propietarios.*

1

Esta industria constituye en la actualidad uno de los renglones económicos más dinámicos y, al mismo tiempo, es una de las actividades profesionales con más perspectivas de desarrollo. No obstante, a pesar de esta encumbrada posición dentro de la economía mundial, o quizás debido a ello; el sector, producto de la globalización y de la innovación de los productos turísticos, se encuentra en constante proceso de evolución. Estas transformaciones están teniendo impacto en los recursos humanos del sector y en las competencias profesionales por ellos requeridas, siendo las competencias en tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las competencias comunicativas, las que parecen ser más demandadas por los empleadores.

La guía del usuario de la ECTS (European Comission for Tourism Studies 2005:45), al referirse a las competencias requeridas para desempeñarse en el sector de turismo, plantea:

Las competencias representan una combinación dinámica de atributos, habilidades y actitudes. Los programas educacionales tienen como objeto el fomento de estas competencias, las cuales se forman generalmente

*durante varios módulos didácticos y son evaluadas igualmente en diferentes etapas. Estas se clasifican en competencias específicas (relacionadas con el campo de estudio) y en competencias genéricas (comunes a cualquier curso de grado).*²

En esta definición se destaca de forma general la importancia de la relación entre el ámbito laboral y el educacional en la formación de recursos humanos, específicamente para el sector del turismo.

Indiscutiblemente, los centros de formación de los recursos humanos requeridos por el sector del turismo deben de ocupar posiciones de vanguardia en cuanto a las innovaciones; tanto teóricas como tecnológicas que puedan tener impactos en la prestación de los diversos servicios turísticos; ya que esta constituye la única vía de garantizar el éxito profesional de sus egresados durante su vida profesional. Es decir, los centros de educación para el turismo tienen responsabilidad de graduar estudiantes con las capacidades necesarias para auto-desarrollarse y convertirse en gestores activos, tanto del avance de la actividad turística como de la protección de los recursos naturales y culturales.

La siguiente afirmación de Ritchie, B. (1992) confirma la magnitud del papel que, para él, tiene la formación de los recursos humanos en la industria turística:

*Es posible que un destino, independientemente de su potencialidad para ser explotado, sea competitivo dentro del mercado turístico mundial si los líderes dirigen de manera apropiada y efectiva el desarrollo; si los empresarios aseguran la proporción de experiencias de alta calidad y eficaces en función de los costos; si el personal de primera línea se relaciona con el turista de manera efectiva, íntegra y amigable.*³

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

Al abordar el tema de la centralidad de las competencias de los recursos humanos en el turismo, Kotler, Bowen y Makens (1996) declaran: *El turismo es una industria única en el sentido de que sus empleados son, de hecho, parte*

*del producto consumido por los clientes durante su estancia en el destino visitado.*⁴

Garrigós y Narangaja Vana (2006), al valorar el papel del capital humano en la creación de ventajas competitivas para las empresas, afirman que el desarrollo de las tecnologías de la información y el impacto de Internet en el sector turístico han sido especialmente cruciales y trascendentales. A la vez postulan que, la influencia del entorno dinámico global y los rápidos avances en las tecnologías de la información durante la pasada década, han aumentado el reconocimiento de que el conocimiento es el único recurso que puede facilitar una ventaja sustentable a las empresas.

Por otra parte, Van Der Hofstan y Gómez(2006) señalan que al tenerse en cuenta los aspectos más valorados por las empresas en sus ofertas de empleo, deben destacarse como características a potenciar desde las instituciones universitarias: los propios estudios universitarios, los idiomas, la experiencia profesional, informática e Internet, los estudios de postgrado, la facilidad para la adaptación y otras cualidades específicas(imagen, capacidad de comunicación, liderazgo, disponibilidad, resolución de problemas,...).

Ambas acotaciones contienen la idea de establecer sistemas de educación superior que armonicen los conocimientos impartidos en las universidades con las exigencias reales del mercado local. Este dilema, concerniente a toda la enseñanza superior a nivel mundial, impacta también, como es lógico, los cursos superiores de turismo.

Es cierto asimismo que, el desarrollo de las tecnologías de la información y el acceso generalizado a Internet, hacen que los servicios turísticos deban enfrentar un turista con mayor madurez, el pos-turista, quien se vuelve cada vez más exigente, a causa del creciente control y posesión de elementos de información y cultura. Si bien no puede asumirse como un principio, como tendencia general, se trata de un viajero cuyo paladar turístico se refina y sus intereses trascienden el marco de lo puramente recreativo para inclinarse por la cultura.

A. Pedreño (1996), al comentar sobre la evolución en los intereses de los vacacionistas a partir de la última década del siglo XX, observa que el turista se resiste a ser un consumidor sin más ni más.

En ese mismo sentido J. Urry (1990) plantea que todos los espacios, actividades sociales e historia pueden ser materialmente y simbólicamente engullidas por la insaciable mirada turística.

Los países más industrializados, que son, al mismo tiempo, los principales emisores de turismo, se han convertido progresivamente en sociedades cada vez más multiculturales, producto de los acrecentados desplazamientos migratorios propios de la era de la globalización. Ello ha devenido un importante desafío para los servicios turísticos, ya que enfrenta a los profesionales de este sector con una clientela proveniente de un mismo país emisor, pero con características socio-culturales muy diversas y, por tanto, portadora de hábitos, costumbres, gustos y modos de vida extremadamente variados.

¿Es posible enfrentar las exigencias y expectativas de los visitantes sin tener en cuenta la constante evolución de las características socioculturales en los principales mercados emisores?

Evidentemente, la respuesta es no; pues en este contexto de raudas metamorfosis, solo la conciencia de la dirección en que evolucionan las sociedades en las principales naciones emisoras de turismo puede servir como punto de partida para la concepción de productos y experiencias turísticas adecuadas a las necesidades, gustos y expectativas de los clientes provenientes de los distintos segmentos y subsegmentos.

En consecuencia, a la competencia multicultural del profesional de turismo le corresponde un lugar privilegiado en el tratamiento a una clientela, donde la homogeneidad cultural ha perdido terreno.

Se realizó una revisión de los planes de estudio de la carrera de turismo, que se inició con el currículo cubano y se extendió a universidades latinoamericanas y europeas. Lo anterior permitió determinar que no existe un tratamiento específico al componente cultural en estos planes de estudio, acorde a las expectativas del nuevo turista postmoderno.

Respecto a la situación existente en la atención a los turistas extranjeros en Cuba, una valoración cualitativa de la encuesta realizada a los profesionales de turismo arrojó escaso conocimiento de la cultura de los principales países emisores y casi total desconocimiento de las diferencias étnicas y culturales existentes en el seno de muchos de estos países.

Las valoraciones realizadas permitieron definir la competencia multicultural como: el conjunto de conocimientos, habilidades, motivaciones y valores que permiten al profesional del turismo funcionar efectivamente, adaptarse, comprometerse, e integrarse a otra cultura para satisfacer las exigencias y necesidades del cliente durante el proceso de servicio.

CONCLUSIONES

Cada uno de los emisores de turismo presenta una rica identidad cultural, la cual no está exenta de diferenciaciones interiores propias del proceso histórico en la cual se formaron las respectivas comunidades humanas. Desde la perspectiva de los destinos turísticos, ello implica mayor nivel de complejidad en relación con las potenciales segmentaciones y sub-segmentaciones derivadas del incremento de la heterogeneidad cultural. Lo anterior obliga al profesional cubano de turismo a desarrollar la competencia multicultural; la cual se hace más perentoria, si se considera el hecho, que la globalización y los procesos migratorios, a que están sometidos estos países, han creado importantes subgrupos portadores de identidades peculiares. Esta última consideración alcanza su mayor intensidad entre los canadienses.

Es evidente que el desfasaje existente entre los programas de estudio y las necesidades del mercado, se deben a que la enseñanza superior en turismo no responde siempre con suficiente rapidez de adaptación a la evolución de los mercados emisores. Lo anterior, como es obvio, tiene repercusiones negativas para los egresados; quienes, una vez, incorporados al mundo del trabajo, deberán enfrentar clientes de disímiles naciones y, por tanto, culturalmente heterogéneos.

El plan de estudio de la carrera de Licenciatura en Turismo en Cuba, debe enfatizar en el desarrollo de la competencia multicultural de los profesionales en formación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cho, Y. Y.; Wong, K. K. F. Determinants of hotel employment in Hong Kong. **Cornell Hotel and Restaurant Administration** p. 52.

Designing integrated human resources systems is one of the most powerful ways to ensure the creation of value for customers and profitability for owners

2. Learning outcomes and competences **En:** European Comission. ECTS's user guide, 2005. p. 45

Competences represent a dynamic combination of attributes, abilities and attitudes. Fostering these competences is the object of educational programmes. Competences are formed in various course units and assessed at different stages. They may be divided in subject-area (specific to a field of study) and generic competences (common to any degree course).

3. Ritchie, B. Damm M. Loreto. Educación Profesional en turismo. **Gestión Turística**, p. 23-37.
4. Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J.. Marketing for Hospitality and Tourism, p. 224

Tourism is a unique industry in the sense that employees are, in fact, part of the service product that travellers consume during their stay in the visited destination

BIBLIOGRAFÍA

1. Boyatzis, R. E. The Competent Manager: a model for effective performance. New York: Riley, 1982. 186 p.
2. Cuba. Ministerio de Educación Superior. Plan de estudio "D" de la carrera de Licenciatura en Turismo: modelo del Profesional. La Habana; Universidad de la Habana, 2007. 23p.
3. Cho, Y. Y.; Wong, K. K. F. Determinants of hotel employment in Hong Kong. **Cornell Hotel and Restaurant Administration** (USA) 42(1): 52, 2001.
4. Garrigós Simon F. J. Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico / F. J. Simón, Y. Narangajavana. España: Universidad Jaume 1: Castellón de la Plana, 2006. 218p.
5. Goleman, Daniel. Emotional Intelligence. New York: Bantam Books, 1995. 92 p.
6. Kotler, P. Marketing for Hospitality and Tourism / J. Bowen, J. Makens. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1996. 224 p..
7. McClelland, D. C. Testing for competence rather than for intelligence. **American Psychologist**, New York, 28: 1-14, 1973.
8. Mertens, L. Productivity in Organizations. International Labor Office, Geneva, 2004. 176p.
9. Norma Cubana 3000-2007 Sistema de gestión integrada de capital humano. Vocabulario. Gaceta Laboral. Revista del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. La Habana, Cuba, 16(1):7-11,2007.
10. Oficina Nacional de Estadísticas de Cuba: cifras de arribo de visitantes del mes de diciembre y acumulado anual. Ciudad Habana: ONEC, 2012. 3p.
11. Ritchie, B; Damm M, Loreto. Educación Profesional en turismo. Gestión Turística, Santiago de Chile, 1(3): 23-37, 1992.
12. Universidad Blas Pascal. Plan de Estudio de la Carrera de Licenciatura en Turismo. Córdoba, Argentina, 2010. <http://www// iscc.com. ar>.
13. Universidad de Almería. Plan de Estudio de la Carrera de Licenciatura en Turismo. Almería, España, 2010. <http// cms.ual.es>.

14. Universidad de Granada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Grado en Turismo, documento digital, Granada, España, 2010.
15. Universidad Oberta de Catalunya. Plan de Estudio de la Carrera de Licenciatura en Turismo. <http://estudios.universia.net/espana>
16. URRY, J. The Tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies. Londres: Sage, 1990. 182 p.
17. Van-Der Hofstand, R. Competencias y habilidades profesionales para universitarios / R. Van-Der Hofstand, J. M. Gómez Gras. Madrid: Díaz de Santos, 2006. 163p..
18. Learning outcomes and competences. **En:** European Comission. ECTS's user guide, 2005 Documento en línea. http://europa.eu.int/comm/education/programmes/socrates/usersg_en.html [Consultado: 10 nov. 2010].

Síntesis curricular del Autor

Lic. Orlando Cedeño-Almaguer. cedenoa@cristalisa.icrt.cu

Licenciado en Educación, Especialidad Inglés, graduado en julio de 1992. Instituto Superior Pedagógico “José de la Luz Caballero”. Holguín. Realizó Diplomado en Cultura Cubana, graduado en marzo de 2004 en el Centro Provincial de Superación para la Cultura Holguín. Es aspirante a doctor en Ciencias con tesis sobre turismo canadiense en fase de culminación.

Labora en el Instituto Superior de Arte, Filial Holguín. Calle Aricochea, No. 85 entre Libertad y Maceo. Ciudad Holguín. Cuba.

Ha realizado estudios postgraduados en materias tan diversas como Metodología de la Investigación, Antropología Cultural, Sociología, Pensamiento Social Cubano y Latinoamericano, Problemas Sociales de la Ciencia y la Tecnología, Psicología Social e identidad, Identidad y Patrimonio Cultural, Cultos Sincréticos y Espiritismo, Geografía Física de Cuba y Metodología de la Enseñanza de Idiomas Extranjeros.

Dentro de las publicaciones que ha realizado sobresalen:

"El desarrollo de la competencia multicultural en los profesionales de turismo dirigida a optimizar el tratamiento a los excursionistas canadienses", "La lengua como marcador de la identidad cultural", "El multiculturalismo canadiense: consideraciones desde Cuba", "El tratamiento a la identidad cultural en la atención al turismo canadiense en Cuba" y "Espacio geográfico etnias y nación en Canadá", todos bajo el auspicio de los Seminarios de Estudios Canadienses y las Conferencias Científicas organizados por la Universidad “Oscar Lucero Moya” de Holguín. En diciembre 2010 publicó el artículo "Holguín: vacacionistas canadienses, multiculturalidad y educación para el turismo", en la revista Ciencias Holguín.

Fecha de Recepción: 23 de marzo 2011

Fecha de Aprobación: 07 de febrero 2012

Fecha de Publicación: 18 de julio 2012