

Claudia Collipal Pichicon

Ingeniero en Gestión Turística, UTEM

Licenciada en Educación

claudia.collipal@gmail.com

PROFESIONALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CHILE. EVOLUCIÓN Y AVANCES EN EL CAPITAL HUMANO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CHILENA

RESUMEN

El crecimiento de la actividad turística en Chile, especialmente en los últimos cinco años, donde las cifras de turismo receptivo se han disparado hasta los 5,6 millones de visitantes el año 2016¹, supone muchos efectos positivos, especialmente en términos económicos. Sin embargo también genera preocupación, puesto que existen varias áreas que aún no están del todo fortalecidas o realmente preparadas para atender las cada vez más complejas necesidades de los turistas actuales. Es en este contexto que se realiza esta investigación académica, donde, a través de una mirada histórica, se analiza la evolución de la profesionalización de la actividad turística en nuestro país, considerando aspectos positivos y negativos que inciden en su desarrollo hasta la actualidad y su proyección futura.

Palabras clave: actividad turística, profesionalización, turismo receptivo.

ABSTRACT

The growth of tourist activity in Chile, especially in the last five years, where the number of receptive tourism has soared to 5.6 million visitors in 2016, has many positive effects, especially in economic terms, but also causes concern, since there are several areas that are not yet fully strengthened or really prepared to meet the increasingly complex needs of the current tourists. It is in this context that academic research is performed, where through a historical look, analyzes the evolution of the professionalization of the tourist activity in our country, considering the positive and negative aspects that affect their development up to the present and its projection in the future.

Keywords: tourist activity, professionalization, receptive tourism.

1. Cifras entregadas por la Subsecretaría de Turismo (5.640.700 turistas).

INTRODUCCIÓN

Un factor determinante en la actividad turística es el capital humano, las personas que deben preocuparse y ocuparse porque otras personas vivan experiencias memorables. Estas personas, que ejercen oficios o estudian carreras técnicas o profesionales en el sector, tienen motivaciones intrínsecas, ligadas a sus gustos, aficiones y características personales. Son personas que tienen sueños. Igual que los turistas, quieren conocer el mundo y relacionarse con otros, a la vez que quieren superarse profesionalmente y mejorar su calidad de vida gracias al turismo. Por esto es tan relevante enfocarse en ellos, puesto que son altamente permeables a las fuerzas del entorno y si el medio no les abre las puertas y no es capaz de satisfacer al menos sus expectativas básicas, seguiremos aportando a la actividad técnicos y profesionales poco comprometidos, poco responsables y, peor aún, personas frustradas que traspasarán sus malestares a los turistas con quienes se relacionen, aportando negativamente a la experiencia turística, de la que tanto hablamos por estos días.

No puede desconocerse la historia en este sentido, así como tampoco los esfuerzos que la Institucionalidad turística del país está realizando, pero sin duda esta es una tarea que irá en permanente evolución. Así como evoluciona la cultura y evolucionan las personas, debemos estar atentos a los cambios y ser altamente proactivos para determinar las necesidades de capacitación del capital humano, que van en paralelo a las necesidades de los turistas, para lo que debemos tener capacidad de reacción.

Los desafíos de los profesionales y del sector son variados, entonces, pero hay aspectos que son prioritarios y actuales, ellos son los que principalmente se consideran en esta

investigación y que esperamos sean una fuente de auto-motivación por ser mejores cada día.

ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CHILE

La actividad turística en Chile puede remontarse a épocas tan antiguas como el periodo de Conquista y posterior proceso de Independencia. A fines del siglo XVIII e inicios del XIX, los viajes desde y hacia nuestro país podrían considerarse privilegios de familias acomodadas, especialmente en el caso de los viajes desde Chile, que hoy conocemos como turismo emisor, los que tenían como principal destino Europa, con un fuerte sentido de aprendizaje cultural y/o formalmente educativo. Mientras que los viajes hacia Chile podían perseguir otros fines, ligados a la conquista de nuevos territorios, búsqueda de nuevas oportunidades de vida, apoyo a las causas independentistas, entre otras, aunque claramente en esa época no se utilizara el concepto “Turismo”.

En términos formales, se suele recordar muchas veces a modo de “efeméride”, el día 16 de Febrero de 1917, como la fecha en que oficialmente nace la actividad turística en Chile, con la fundación de la Sociedad Nacional del Fomento de Turismo de Chile, bajo el gobierno de Juan Luis Sanfuentes. Su primer presidente fue Carlos Silva Cruz y su objetivo era: “conservar e incrementar las bellezas naturales del país y, a la vez, fomentar el turismo. Esto último permitirá desarrollar la industria hotelera, mejorar medios de transporte y vías de comunicación”.²

2. Diario La Prensa, 16/02/2012 <http://www.diariolaprensa.cl/actualidad/los-95-anos-del-turismo-en-chile/>

Otras acciones que resultan relevantes, en términos históricos, son las siguientes³:

- En 1929, bajo el gobierno de Carlos Ibáñez del Campo, se crea al interior del Ministerio de Fomento la “Sección Turismo”, con el fin de dar a conocer al exterior los atractivos chilenos.
- En 1942 se creó la Dirección General de Informaciones y Cultura, dependiente del Ministerio del Interior, formando parte de ella el Departamento de Turismo y Recreación.
- En 1946 se creó la “Asociación Chile” de empresas de turismo (ACHET), una de las más antiguas en el ramo, en América y el mundo.
- En 1959 se realizó el Congreso Panamericano de Turismo, con más de 800 participantes, bajo la organización de COTAL en Viña del Mar.
- En la década de 1960 se creó la “Dirección de Turismo” (DITUR), como servicio público centralizado, dependiente del Ministerio de Economía.
- En 1968 se elabora el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico, por parte de la DITUR.

La década de 1970 se inicia con profundos conflictos sociales ligados a la política y al gobierno de Salvador Allende, quien, tras su cuarto intento como candidato presidencial, logra el triunfo en 1970, instaurando un radical programa de gobierno, en torno al socialismo y al marxismo, que no solo genera oposición al interior del país, sino también en el extranjero, especialmente en Estados Unidos. Su gobierno resulta entonces derrocado por las fuerzas militares a cargo de Augusto Pinochet, en el golpe militar de 1973.⁴

Es entonces, en los años iniciales de la dictadura militar, que en 1975, con el D.L. 1224, se crea oficialmente el Servicio Nacional de Turismo como un organismo autónomo, descentralizado, regionalizado y con la capacidad operativa de impulsar, orientar y coordinar el desarrollo turístico nacional.

Desde este importante acontecimiento tuvieron que pasar 35 años, hasta, que mediante la Ley 20.423 (de Turismo), se generó una nueva Institucionalidad turística, con mayores atribuciones y recursos que el Servicio Nacional de Turismo, quien pasa a depender de esta nueva Subsecretaría de Turismo, al interior del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Junto con la Subsecretaría nace también el Comité de Ministros de Turismo, presidido por el Ministro de Economía, Fomento y Turismo, y conformado, además, por los siguientes Ministerios: el ministro de Obras Públicas, el ministro de Vivienda y Urbanismo, el ministro de Agricultura, el ministro de Bienes Nacionales, el ministro presidente de la Comisión Nacional del Medio Ambiente y el presidente del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.⁵

INICIOS Y DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA SUPERIOR EN TURISMO

Si bien Chile comienza a dar sus primeros pasos en términos de planificación y promoción turística en el segundo tercio del siglo XX, la profesionalización de la actividad mediante estudios técnicos se inicia en la década del 60, esto según antecedentes de Daniel Meyer, actual Director de la Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios, de la Universidad Andrés Bello, y quien formara parte en su minuto de los inicios de SERNATUR.

3. SERNATUR, “Construcción del turismo interno en Chile”, Esperanza Illanes García-Huidobro.

4. Memoria Chilena, Salvador Allende Gossens, <http://www.memoriachilena.cl/r?idNorma=1010960&idParte=8870306&id>

5. Ley 20.423 <https://www.leychile.cl/r?idNorma=1010960&idParte=8870306&id>

“En la década de 1960 se creó INACAP, en ese entonces institución estatal que inició estudios formales de técnico en hotelería y gastronomía basado en una asistencia técnica suiza. También existió en esa década una carrera de técnico en turismo en la antigua Universidad Técnica del Estado, antecesora de la actual Universidad de Santiago, con sedes en Santiago y Valdivia. La de Valdivia se integró a la Universidad Austral creando así la primera carrera universitaria en turismo y hotelería en Chile. A fines de 1968 se creó el DUOC ofreciendo carreras de hotelería y gastronomía en la década de 1970. En la década de 1980 se crean los centros de formación técnica, varios de ellos con carreras de turismo y hotelería, destacando en esa década y en la década de 1990 el Centro de Estudios Turísticos, CET.”

Efectivamente en la década del 80 nacieron varias carreras técnicas de Turismo, y Turismo y Hotelería, en el marco de profundas reformas educacionales que por medio de variados Decretos con fuerza de Ley generan autonomía y autorización de creación de nuevas Instituciones de Educación Superior privadas y que al cabo de una década se verán reforzadas con la promulgación de la Ley Orgánica Constitucional de Educación de 1990. Esta “libertad” de crear Carreras lamentablemente no siempre fue positiva, puesto que la apertura de programas de pregrado no siempre se condijo con la realidad nacional ni empresarial del sector, generándose un alto número de técnicos y profesionales que debieron emigrar a otras áreas, con la consiguiente frustración laboral o profesional que esto conlleva. Entre las Instituciones de Educación Superior que abren carreras de turismo, podemos encontrar las siguientes:

1981: En el caso de Fundación Duoc se adaptó su estructura académica y se creó el Instituto Profesional Duoc (IP) y el Centro

de Formación Técnica (CFT), reconocidos oficialmente en 1982 y 1983. Esto en términos de adaptación al nuevo sistema educacional, puesto que los inicios de Duoc se remontan al año 1968, donde nacieron sus bases y al año 73, cuando se crea la Fundación Duoc al interior de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

1981: “Institur”, quien se transformara posteriormente en el Centro de Formación Técnica “Los Leones” con la Carrera de “Técnico en Turismo”.⁷

1981: Si bien INACAP imparte carreras técnicas desde 1967, este año el Ministerio de Educación reconoce al Instituto Profesional INACAP y al Centro de Formación Técnica INACAP, con lo que comienza a impartir Carreras conducentes a Títulos Técnicos de Nivel Superior y Títulos Profesionales.⁸

1989: “Instituto de Turismo Universidad Austral de Chile”, forma parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Esta Unidad académica es heredera del Departamento de Turismo de la ex Universidad Técnica del Estado y del Instituto Profesional de Valdivia.⁹

En la actualidad y según el “Diagnóstico del Capital Humano en la Formación en Turismo”, que se profundizará posteriormente en este documento, considerando que Chile reconoce tres tipos de Instituciones de Educación Superior: Universidades, Institutos Profesionales y Centros de Formación Técnica, y reconoce oficialmente tres tipos de certificaciones académicas: títulos técnicos de nivel superior, títulos profesionales y grados académicos.

Las universidades se encuentran facultadas para otorgar toda clase de títulos y grados académicos, los institutos profesionales sólo pueden otorgar títulos profesionales (con excepción de aquellos reservados únicamente para las universidades) y títulos

6. <http://www.duoc.cl/info/alumnos/2014-01/noticia-01.html>

7. <http://www.ipleones.cl/historia.php>

8. <http://www.inacap.cl/web/2015/sites/flippage/memoria-anual-inacap-2014/memoria-anual-oct-2014-2.pdf>

9. <http://www.economicas.uach.cl/institutos/instituto-de-turismo>

técnicos de nivel superior, mientras que los centros de formación técnica sólo se encuentran habilitados para entregar títulos técnicos de nivel superior.

La enseñanza consignada a la Educación en Turismo, ha aumentado sustantivamente en los últimos tiempos alcanzando gran relevancia en el mercado. Es así que de las 61 Universidades reconocidas (58 autónomas) del país, 16 imparten carreras de turismo, tanto estatales como privadas.

Asimismo, de los 46 (33 autónomos) Institutos Profesionales reconocidos por el Consejo Superior de Educación, 17 ofrecen carreras vinculadas a diferentes áreas del turismo.

En la actualidad existen 72 Centros de Formación Técnica registrados en el Consejo Superior de Educación, de éstos, 22 ofrecen carreras relacionadas con el turismo, y suman 35 si se considera la variedad de carreras que están vinculadas al sector.¹⁰

Cabe señalar que desde 2013 a la fecha, con la reforma de educación que se está gestando, ha habido algunas modificaciones en estas cifras, pero no del todo sustantivas, puesto que así como se han abierto algunas carreras, también otras han cerrado, en bajo número y con un plazo y proceso de cierre paulatino, que es lo que asegura el sistema educativo actual, por tanto la última estadística válida es la que muestra el documento de Sernatur citado precedentemente.

MESA DE CAPITAL HUMANO TURÍSTICA NACIONAL

El término Capital Humano puede remitir a una fase en que la administración tradicional comienza a considerar a los trabajadores como parte fundamental de la productividad empresarial, y por ello se le pone al interior

de la empresa en un lugar más relevante que en periodos como el de la Revolución Industrial y toda la época inmediatamente posterior a esta, cuando el énfasis estaba en las maquinarias y la producción en serie. Sin embargo, en estos inicios del uso del concepto Capital Humano aún solo se asociaba a la persona trabajadora como un factor más de producción, sin considerar la real importancia de sus habilidades, desempeños y competencias, que para desempeños laborales vendrá dada fundamentalmente de su preparación o sus estudios técnicos o profesionales.

Esto en la actualidad, y dados los nuevos desafíos de la administración y los diferentes sectores económicos y laborales, ha tenido un importante avance, del que nuestra actividad turística no ha quedado al margen, así como tampoco nuestro país. Es así que los esfuerzos por la mejora continua del servicio de los trabajadores de la actividad turística, que desde los albores de la planificación e institucionalidad, en especial con Sernatur, siempre fue un tema relevante, dio un salto cualitativo y cuantitativo el año 2011, cuando se generó un importante trabajo, cuyo fruto fue el primer Diagnóstico de Capital Humano Turístico del país. Sus resultados fueron presentados el año 2013.

Este trabajo nace por las recomendaciones y apoyo de la fundación OMT.Themis, para implementar un proyecto piloto en nuestro país, que derivara en la creación de una Mesa de Capital Humano Turístico de nivel nacional.

“OMT.Themis, es la entidad responsable de implementar el programa de trabajo en materia de Educación y Formación de la Organización Mundial del Turismo, que sugiere que se debe trabajar de manera interrelacionada el desarrollo de los programas de estudio y el sistema

10. Doc. Resumen “Diagnóstico Capital Humano en la formación en turismo” SERNATUR – OMT THEMIS. 2013.

pedagógico, a través de la consideración de la visión y responsabilidades de los Estudiantes, Empleadores, Profesores, y Dirección y Administración del Programa. Todo ello, en el marco de un sistema de mejora de la calidad que incluya en su visión y objetivos la mejora de la calidad y el cumplimiento de los propósitos y principios de Naciones Unidas, reflejado en el Código Ética Mundial para el Turismo (OMT), el Programa de Trabajo Decente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, propuestos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).”¹¹

Principales resultados del Diagnóstico del Capital Humano en la formación en Turismo:¹²

Los comentarios generales del documento que se presentarán a continuación, resumen los aspectos más relevantes de las encuestas aplicadas a **Instituciones de Educación Superior** (26 Instituciones para 35 programas, por ende 35 encuestas); **Profesionales del Sector Turismo** (342 encuestas, donde 301 de ellos se encontraba titulado al momento de contestar; de estos, un 22,2% tenía post título, 67,2% diplomado, un 43,3% magíster y el 6% tiene un doctorado) y **Empleadores** (la encuesta dirigida a los empleadores se licitó con una empresa externa, Search Consultores, y se realizó en dos fases consecutivas: la primera a través de un *survey* poblacional, con entrevistas personales y/o telefónicas, y aplicación de un instrumento de recolección de información estándar y pre-estructurado a una muestra de sujetos, dueños, encargados de RR.HH. o encargados de contrataciones de empresas o instituciones de sector turístico, la cual fue obtenida mediante la aplicación de procedimientos estadísticos que aseguraran su representatividad y permitieran la generalización de los resultados).

1.- Empleadores

- Desconocimiento por parte de los empleadores del perfil de egreso de los profesionales que han estudiado Turismo, considerando la diversidad de carreras que existe en el mercado.
- No se aprecia compromiso o preferencia por parte de los empleadores en contratar personal con formación en Turismo.
- Bajo nivel de inversión en capacitación formal a los trabajadores del sector turístico.

2.- Instituciones de Educación Superior

- Poca presencia de los empleadores en el proceso de formulación y actualización de los programas de estudios.
- Existe una importante brecha entre lo que perciben los empleadores y los profesionales, versus las Instituciones de Educación Superior acerca de las debilidades que estas presentan.
- Poca conocimiento de los programas de turismo por parte de las autoridades de las propias Instituciones de Educación Superior.
- Se percibe una motivación de ingreso distorsionada a la realidad del sector turístico. Pudiendo estar impulsada por la forma tradicional de informar los programas de estudio a los futuros estudiantes.
- Frente a la existencia de una amplia gama de incentivos para formación complementaria del sector, no hay una respuesta positiva por parte de los docentes a realizar dichos cursos/ capacitaciones.

11. Doc. Resumen “Diagnóstico Capital Humano en la formación en turismo” SERNATUR – OMT THEMIS. 2013.

12. Doc. Resumen “Diagnóstico Capital Humano en la formación en turismo” SERNATUR – OMT THEMIS. 2013. Visto el 03 de Mayo de 2013 en <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2015/09/Documento-Final-Mesa-Capital-Humano-2013.pdf>

3.- Profesionales del sector turístico y afines

- Si bien existe una baja valoración de la carrera por parte de los encuestados, tanto de los contenidos de sus estudios, duración de los mismos y la facilitación en la inserción laboral, la mayoría reconoce que su perfil de egreso influyó en la búsqueda de su trabajo.
- Considerando las fortalezas que ellos perciben de su formación respecto de los conocimientos, actitudes, habilidades y/o valores, son coincidentes con las necesidades que ellos identifican de la propia industria.
- Existe una correlación entre el tipo de empleo donde comienzan a trabajar, con la permanencia de los tipos de servicios.
- La gran mayoría de los encuestados coincide en que están trabajando en el ámbito que desean.
- Bajo índice de incentivo por parte de los empleadores para que los profesionales se capaciten.

En tanto, el estudio exploratorio realizado a los empleadores a través de entrevistas, pone de manifiesto que no se cuenta con información que permita valorar las características de los profesionales que representan la oferta, conformándose las imágenes por experiencias puntuales y comentarios de terceros.

Las características de la contratación de personal en el área tienden a regirse por patrones generales de selección, donde se valora la experiencia demostrada en las actividades para las cuales el personal va a ser contratado o las características personales de los candidatos asimilables a las funciones que desempeñarán (como la contratación de personas que dominen un idioma o cuenten con formación en Historia para desempeñarse como guías turísticos, capacidades

comunicacionales y de personalidad en el desarrollo de estrategias de venta).

Los profesionales que se han formado académicamente en el rubro proyectan una imagen ambivalente en una parte importante de los entrevistados. Por una parte están quienes se encuentran conformes con las alternativas que existen para incorporar en niveles operativos, ya que cuentan con una formación que les permite tener conocimiento de la industria en sus respectivas formaciones, lo que les facilita insertarse positivamente en actividades operativas, requiriendo de capacitación específica en ámbitos propios de estas actividades. Y, por otra parte, están los que consideran que el aporte real de su formación es poco sustantivo, lo que no los diferencia de otras alternativas de candidatos.

Las debilidades presentadas por los profesionales recién egresados de carreras en el área, apuntarían al dominio del inglés en labores donde este se requiere, y por una formación que tendería a ser más bien teórica, con poca presencia de experiencias prácticas que les entregue una visión más realista del campo laboral.

Dentro de este contexto, se estima que existe una demanda importante de puestos de trabajo por parte de egresados de carreras en Turismo, la que se traduce en la recepción de currículos para optar a puestos de trabajo en instituciones que requieren personal para esta área o en respuesta de avisos requiriendo personal (preferentemente en portales de Internet).

Se registra un bajo nivel de reconocimiento de las Instituciones de Educación Superior que ofrecen carreras relacionadas con la industria del Turismo, por lo que en definitiva son los mismos profesionales insertados en empresas e instituciones los que están

contribuyendo a dar a conocer las casas de estudio a través de su desempeño laboral.

MESA DE CAPITAL HUMANO TURÍSTICO NACIONAL

A partir del diagnóstico y los resultados anteriormente presentados, así como cumplidos los objetivos iniciales de la Mesa, esta ha seguido operando, ampliando su convocatoria en todos los niveles, con bastante éxito; logrando establecer, como uno de sus hitos más importantes, la creación de la Unidad de Capital Humano Turístico al interior de Sernatur, el año 2015, unidad que hoy está a cargo de Verónica Aguilar Díaz y que forma parte de la Subdirección de Desarrollo. Otro hito importante de la Mesa, fue la creación de la Red de Instituciones de Educación Superior que imparten Carreras de Turismo (RIEST), donde los tres tipos de Instituciones de educación superior participan y están representados por tres Instituciones específicas.

Sumado a este logro podemos encontrar la guía de perfiles, que lanza Sernatur, con la información fundamental sobre las carreras de Educación Superior ligadas a la actividad turística, que ya lleva dos versiones y a la que los empleadores del sector pueden acceder desde la página web de este Servicio.

Los años 2015 y 2016 han sido, entonces, periodos en que los resultados del diagnóstico han generado una amplia discusión y donde los distintos actores han debido hacerse cargo de las brechas detectadas para cada sector. El año 2017 se espera poder lograr acuerdos definitivos para que así, cohesionada y participativamente, se puedan generar mejorías en aquellos aspectos más preocupantes, que dicen relación con la empleabilidad, las remuneraciones de los técnicos y profesionales del sector, la alta

rotación de personal de las empresas del sector, particularmente la hotelera; aspecto que preocupa y que dejó de manifiesto el propio representante de la agrupación Hoteleros Chile, Sr. Mauro Magnani Frugone, vicepresidente de la agrupación, durante una reunión sostenida en dependencias de la Subsecretaría de Turismo, a fines del año 2016.

Por otra parte, y finalmente, es importante señalar que los esfuerzos y resultados de la Mesa de Capital Humano, que desde su concepción ha liderado Verónica Aguilar, histórica funcionaria de Sernatur, han concitado el interés por parte de la Subsecretaría de Turismo, organismo que también designó a un área y representante de Capital Humano, que se ha sumado a la Mesa Nacional, así como las direcciones regionales de Sernatur, que tienen desde 2017 la misión de crear sus propias Mesas de Capital Humano regionales, que puedan aterrizar y operativizar acciones más concretas y a corto plazo, en beneficio de la mejora del sector y sus técnicos y profesionales.

DESAFÍOS PARA LOS PROFESIONALES DEL FUTURO

La actividad turística en Chile definitivamente está avanzando. Las cifras son elocuentes: 5.640.700 turistas ingresaron a Chile el año 2016, un avance significativo respecto de años anteriores; por ejemplo, 3.674.000 el año 2014 y 1.825.000 el año 2004.

Sería injusto no considerar los esfuerzos de al menos la última década en materia de planificación y promoción turística que ha realizado el país, en una primera instancia Sernatur y la Corporación de Promoción Turística de Chile, posteriormente y sobre todo con la entrada en vigencia de la Ley

de Turismo (20.423), la Subsecretaría de Turismo, Turismo Chile y, por estos últimos días, la Fundación Imagen de Chile. Se está realizando un trabajo serio en términos de planificación turística nacional, y esto se ve reflejado tanto en la Estrategia Nacional de Turismo, como en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable e incluso con el Plan de Marketing Turístico 2016-2017.

Lo más positivo de todo esto, partiendo de la premisa de que toda acción o esfuerzo puede ser perfectible, es que en las directrices que proponen los distintos documentos de planificación turística, se puede observar una metodología seria y rigurosa, partiendo desde las fases diagnósticas que nos permiten visualizar los escenarios reales y potenciales, para posteriormente dividir líneas de acción en ejes temáticos focalizados y estratégicos, para los cuales se definen metas concretas y verificables. Esto que a los ojos de cualquier experto en planificación podría parecer de Perogrullo, no siempre aplicó a la realidad del sector; en una primera etapa, por la fuerte influencia política que limitaba los esfuerzos técnicos y luego por la falta concreta de profesionales idóneos en los puestos de trabajo estratégicos.

Hoy a la actividad turística en el país se le está dando el real sitio y espacio que merece en relación con la economía nacional y la sociedad en general, así como también recibió de manera histórica en la última asignación presupuestaria un fuerte espaldarazo, con US\$100.000.000. Lo que permitirá ejecutar efectivamente el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable (PNDTS, medida inserta en la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento) con sus diversos ejes, lo que a su vez aportará al cumplimiento de los principales objetivos de la Estrategia Nacional de Turismo. De esta última es importante recordar sus cinco pilares, donde uno de ellos es la Calidad y el Capital Humano, temática

que nos convoca y que también es parte de las estrategias del PNDTS:

1.- Promoción: se busca lograr el posicionamiento de la Marca Chile, tanto en materia de turismo receptivo, en mercados prioritarios bien definidos, como en turismo interno. Para ello se plantea generar planes de marketing que tomen las principales ventajas competitivas y comparativas del país, utilizando estrategias modernas, así como medios digitales, al momento de generar las acciones de *marketing*. Otro aspecto fundamental en este pilar, es abordar las brechas detectadas para la marca país y que dicen relación con estos tres temas: Posicionamiento, Inversión e Información. Temáticas que dan cuenta de la baja inversión en promoción de nuestro país, comparándola con otros países que tienen una mayor cuota de mercado y mejor posicionamiento turístico. Por otra parte, la información que se genera, tanto en las oficinas de información turística como a la que se puede acceder de manera *online*, es insuficiente y no aportan efectivamente a la toma de decisión de viaje, como sí lo hace incluso el denominado *boca a boca*. Perfeccionando estos dos últimos aspectos se puede mejorar el que dice relación con el posicionamiento, para así lograr generar mayores expectativas en los posibles turistas con nuestro país.

Como un aspecto concreto de mejora de estas brechas, se puede mencionar el 40% del presupuesto total del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable que se destinará a promoción turística nacional e internacional a través de la ejecución de los planes de *marketing* y las recomendaciones emanadas del Consejo Consultivo Público-Privado de Promoción Turística (CCPT), donde participan 7 organismos públicos y 7 privados, más oyentes.¹³

13. Informe Promoción Internacional, Subsecretaría de Turismo, 16 de marzo de 2017.

2.- Sustentabilidad: lo que pudo haber partido como una *tendencia moderna* hace un par de décadas, es hoy sin lugar a dudas una *condición sine qua non*, pues nadie podría ni debería plantearse una forma de crecimiento económico que no fuese de la mano con el cuidado y preservación de los recursos naturales y socioculturales del entorno en que se desarrolla. Parte de lo que ha ayudado a tomar conciencia, lamentablemente, tiene que ver con la pérdida de recursos naturales, catástrofes ambientales y cambio climático, con una importantísima responsabilidad del ser humano. Quizás esto mismo es lo que tiene convencido a un importante porcentaje de turistas de elegir destinos y servicios más amigables o responsables medioambientalmente. Es así que en este pilar también se identificaron brechas que abordar con urgencia y que se enmarcaron en tres temáticas: Gestión Sustentable, Desarrollo Turístico Sustentable del Territorio e Integración de las Comunidades.

Aspectos concretos en esta materia son, por una parte, la serie de manuales de sustentabilidad generados en 2012, que incluye un Manual para Municipios, donde se aborda la gestión sustentable del territorio considerando también la Agenda Local 21, que recomienda la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y, por supuesto, la generación de la distinción “S” aplicada en una primera fase exclusivamente a los servicios de alojamiento y que hoy se ha extendido a *tour* operadores y agencias de viaje.

3.- Inversión y competitividad: si hay un aspecto en que en general los diversos actores del sector coinciden, es que por mucho que haya aumentado la llegada de turistas al país en los últimos años, ese aspecto no tiene una directa proporción con el gasto, cifra en la cual todavía estamos bajos y se estaba más bajo aún el año 2012, cuando se pone

en marcha esta estrategia y donde también las brechas detectadas se dividen en tres temáticas para ser abordadas: Desarrollo de Oferta, Infraestructura y Competitividad.

Una Oferta más variada y diferenciada en función de segmentos de demanda específicos, mejora en la Infraestructura de soporte y produce mayor Competitividad fruto de la inversión e innovación turística. Sin lugar a dudas serán factores determinantes para el aumento del gasto turístico, independientemente de la duración de los viajes que, como tendencia mundial, están siendo de menor duración.

En este aspecto, además de aquellos que aborda el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, encontramos el programa Invierte Turismo, a través del cual se pretende promover una inversión turística diferenciada y en los destinos considerados prioritarios, que son 83 distribuidos a lo largo del territorio.¹⁴

4.- Calidad y Capital Humano: la mejora de la calidad de la oferta turística es fundamental, ya que esta es la que se relaciona de manera más directa con la experiencia de viaje o experiencia turística. De poco servirán los esfuerzos promocionales y la mejora en la Imagen País y las expectativas de los visitantes, si cuando nos visitan no somos capaces de cumplir al menos con esas expectativas y garantizar los estándares mínimos de calidad. En este sentido, desde hace varios años se han realizado esfuerzos en el sector, los que se pueden traducir en las normas de Calidad Turística que dan origen al sello de Calidad Turística “Q” para alojamientos, Agencias de Viajes y *Tour* Operadores, Guías de Turismo y Empresas de Turismo Aventura. Estas normativas se enfocan principalmente en los servicios, que más allá de los guías de turismo, no incorporan a los técnicos y profesionales

14. Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, descargable en <http://www.subturismo.gob.cl/>

del sector, en los más de 60 perfiles de egreso que se imparten en la actualidad en la educación superior chilena. Dado esto, se definieron brechas en dos temáticas, la primera denominada Calidad del Producto o Servicio Turístico y la segunda desarrollo de Capital Humano.

Hoy son observables esfuerzos por ampliar el registro de las empresas turísticas, lo que no solo aporta a la inteligencia de mercado, sino también a la mejora en los servicios, dado que este registro permite el desarrollo de los programas de inspección y con ello se aporta al cumplimiento del nivel que promocionan las empresas, entre otros aspectos.

Por otra parte, está en pleno funcionamiento la Mesa de Capital Humano Turístico Nacional y se están realizando las primeras reuniones de las Mesas de Capital Humano Regional, con lo que se pretende poder unificar algunos criterios respecto del recurso humano del sector; sobre este punto se profundizará en un siguiente apartado.

5.- Inteligencia de Mercado: la toma de decisiones estratégicas requiere de un sustento estadístico, de datos que disminuyan al máximo posible el margen de errores y las incertezas. Por ello no solo se deben considerar las estadísticas que entregan organismos internacionales, sino también se deben generar estadísticas y bases de datos propias, en función de aquellos datos requeridos para las temáticas prioritarias de la actividad turística.

Esto se puede observar hoy con los anuarios, barómetros, informes de turismo emisivo, receptivo e interno, entre otras series históricas con información estadística disponible en la página web de la Subsecretaría de Turismo.

Estos cinco pilares, deberían permitir dar cumplimiento a la visión propuesta por esta estrategia: “Al 2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”.

Estando cada vez más cerca del plazo establecido para el cumplimiento de esta visión o derechamente meta, es posible mirar varios aspectos de manera positiva, esto porque nuestra actividad como pocas puede lograr convocar a tantos transversales actores del sector público y privado en torno a un mismo desafío, esto probablemente porque incluso aspectos tan etéreos como la “identidad nacional” cobran valor y nos unen a través del orgullo por los recursos naturales y culturales del país.¹⁵

De esta manera, superada la etapa en que se consideraba al turismo como una actividad simple, ligada principalmente a la entretención y por ende incluso poco seria, hoy se puede y debe esperar mucho más de los trabajadores del sector, porque no es lo mismo estudiar Turismo hoy que haberlo hecho hace 20 o 30 años, cuando los prejuicios velaban la real importancia que tendría esta actividad para el futuro del país.

Hoy no es una locura pensar que la actividad turística podría estar dentro de las primeras en aporte al Producto Interno Bruto (PIB). En 2014 figuró séptima en exportaciones tradicionales y turismo, que lidera la Minería.¹⁶ Y con el aumento significativo en las cifras de 2016 por supuesto que la realidad y proyección del turismo se vuelve aún más alentadora. Sin embargo, y aunque se ha avanzado potente y sostenidamente, hay aspectos que aún son difíciles de mejorar y sobre los cuales, en materia de Capital Humano, no hemos podido llegar a consensos o mejorías a nivel

15. Informe final estudio Identidad Chilena, visualizable en www.marchachile.cl, <https://marcachile.cl/wp-content/uploads/2016/04/ESTUDIOS-Identidad-Chilena.pdf>

16. Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, descargable en <http://www.subturismo.gob.cl/>

nacional. Estos aspectos dan origen a los principales desafíos que deberán enfrentar los técnicos y profesionales del sector:

- Vocación por un servicio de calidad: pocas temáticas deberían ser abordadas y enseñadas como parte fundamental del currículum y definida como competencia de egreso para quien estudie una carrera ligada a la actividad turística, como la vocación de servicio. Esto debiese ser tan transparentemente informado por las casas de estudio, que debería generar un aporte fundamental ante la toma de decisión de la carrera que se estudiará por los jóvenes y adultos que hoy se interesan por esta área y posteriormente debiese transformarse, incluso, en un filtro natural sin el cual no se debería poder egresar. Y ya no solo podemos hablar de la vocación de servicio, entendida como la cualidad o característica personal con la que muchas personas nacen, o que es inculcada desde la cuna por la familia, y que en el caso de nuestro país siempre se ha considerado una debilidad, si no que se debe ir más allá de los atributos personales y se deben enseñar los estándares básicos de calidad para los diferentes componentes de la oferta turística, de manera que sea cual sea el lugar desde donde un futuro técnico o profesional se desempeñe, se sigan premisas fundamentales de calidad del servicio puestas a disposición de la experiencia turística completa de nuestro país, ampliando la mirada y evitando egoísmos personales.

- Manejo de idiomas: este aspecto, que es aún más relevante para los técnicos en turismo que para los profesionales del sector (especialmente aquellos ligados a la planificación y gestión territorial), puesto que son la primera línea en términos de atención y relación con los visitantes, se ha considerado una debilidad histórica, tanto que marca la diferencia en el nivel de ingresos

o en la facilidad o no de encontrar un trabajo en el sector. Y, a pesar de haber sido incluso diagnosticada para efectos de la Estrategia Nacional de Turismo, aún en la actualidad es una brecha que no se ha logrado superar. Esto puede tener relación con la corta duración de las carreras técnicas que, a pesar de incluir al menos el idioma inglés, no pueden asegurar a sus estudiantes que egresarán con un dominio acabado, probablemente ni siquiera intermedio. La tendencia es generar cada vez carreras técnicas de más corta duración y el dominio de un idioma distinto al propio es algo que requiere muchas horas de práctica. Por lo cual, si no existe una real voluntad por subir el nivel desde la enseñanza básica y media, seguiremos repitiendo el patrón del bajo nivel con que llegan los estudiantes a la educación superior, donde prácticamente y salvo contadas excepciones, se debe partir de cero; es decir, desde los “saludos y presentaciones”, en vez de avanzar fundamentalmente en el vocabulario técnico y la conversación. Esta tarea, entonces, de no ser superada por un compromiso país, requerirá mayor responsabilidad por parte de quienes decidan estudiar estas carreras, esforzándose de manera personal por practicar por cuenta propia o estudiar en una escuela de idiomas. Por ahora esta última opción deberá ser considerada al momento de tomar una decisión de estudio en una de estas carreras y, por ello, debe ser otra información que obligatoriamente debiesen entregar las instituciones de Educación Superior que imparten carreras de Turismo, entendiéndose que más allá del número de matriculas, también es relevante el número de titulados y posteriormente el número de titulados empleados en el sector.

- Espíritu emprendedor: dentro de los aspectos negativos que habitualmente son nombrados, en materia de capital humano turístico, encontramos el bajo nivel de

remuneración que tienen los técnicos y profesionales de este sector, versus otras carreras impartidas en el país, cifras publicadas anualmente en el sitio www.mifuturo.cl y a la que todos pueden acceder. Por lo cual no solo debe ser responsabilidad de las instituciones que imparten carreras de turismo no generar falsas expectativas de ingresos económicos en sus estudiantes, especialmente en los primeros años luego de titulados, sino también una responsabilidad individual, al momento de tomar una decisión sobre qué carrera estudiar y dónde. Este aspecto debiese tener mejoras en el futuro, a medida que las metas para el sector se van alcanzando y la contratación de personal calificado se hace más necesaria. Sin embargo, por ahora es fundamental junto con los aspectos vocacionales, sumar la capacidad de emprender y no visto exclusivamente como la generación de un negocio propio, que puede ser claramente una alternativa, sino también la capacidad de mostrar que la creatividad, innovación, el manejo de conflictos y de superación del estrés, así como la proactividad, también son parte del espíritu emprendedor, que podría motivar en un empresario turístico la posibilidad de generar oportunidades de crecimiento al interior de sus empresas a aquellos trabajadores que demuestren este espíritu, aumentando así el nivel de ingresos, responsabilidades y desafíos profesionales, que es lo que actualmente todos buscan en un trabajo, y que podría ser una alternativa de solución a la alta rotación de personal de muchas empresas de turismo, en especial las de hotelería.

· Responsabilidad y ética profesional: estudiar turismo, ser un profesional del sector, debiese implicar no solo un compromiso de desarrollo personal, sino también un compromiso con el país. Por muy ambicioso que esto suene, nadie debiera estudiar turismo o trabajar

en la actividad si no tiene una genuina vocación o disposición por alcanzarla. Esta carrera, esta profesión y esta actividad debe ser amada, si no difícilmente podremos transmitir a quienes nos visiten el nivel de información, de servicio y de experiencia que ellos están buscando. Existe para nosotros un Código Ético Mundial, emanado de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y lanzado en nuestro propio país el año 1999. No podemos dejar de adscribirnos a él y hacer propios sus artículos, que básicamente buscan un mejor nivel para esta actividad, los organismos vinculados, sus trabajadores, las comunidades locales y los propios turistas. Junto con este código de ética, nuestro país cuenta con una Ley de Turismo, con una Estrategia Nacional, con un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, que no solo debemos conocer, sino que nos debemos sumar para juntos alcanzar las metas propuestas con responsabilidad y compromiso.

CONCLUSIONES

La historia de las carreras de Turismo en el país es una de las más jóvenes, en términos de años desde que se imparten. Estamos en plena etapa de desarrollo, pero afortunadamente en esta etapa no estamos solos, existen esfuerzos país por abordar la profesionalización de la actividad turística, son compromisos que se presentan en los principales documentos que guían las directrices del desarrollo y promoción turística del país. Pero falta aún avanzar en esta materia, generar por ejemplo una estandarización u ordenamiento vertical, que permita un mayor conocimiento por parte de los empleadores, de los niveles de competencias y funciones que cada nivel de estudio puede garantizar. Es decir, qué se debe esperar de un egresado de una especialidad de servicios de enseñanza media técnico profesional, EMTP (área que no fue

abordada en la presente investigación); qué se puede esperar de un técnico genérico versus de un técnico con mención o especialización, de Educación Superior, sean Centros de Formación Técnica o Institutos Profesionales; qué se puede esperar de un profesional del ámbito de la administración versus de un profesional del ámbito de la ingeniería, y en estos dos casos, de sus respectivas especialidades, sean estos de Institutos Profesionales o Universidades.

Falta también lograr una mayor valoración por parte de los empresarios del sector, primero para contratar y luego para ofrecer salarios acordes y/o expectativas de crecimiento en función del mérito, cosa que durante muchos años distinguió a la hotelería y que cada vez es una práctica menos común.

Se debe avanzar de manera más concreta en las brechas laborales, en términos de certificación de competencias, para quienes ya trabajan en el sector y no han tenido estudios formales en la materia. No se puede avanzar en materia de Capital Humano sin considerar a estas personas que realizan los oficios, que probablemente quien haya estudiado no querrá realizar, a menos que se sepa que es solo una etapa dentro del crecimiento al interior de una empresa, y que son funciones fundamentales, donde la vocación y la calidad del servicio no deben ser menos exigidas que para quienes estudian carreras de turismo.

Claro que quedan desafíos por cumplir, pero es tan amplia la voluntad por avanzar que mientras esta se siga dando, se puede mirar con optimismo el futuro del sector y esperar que este crecimiento que a todos tiene contentos, se vea reflejado en más y mejores puestos de trabajo para el sector, con una menor estacionalidad del empleo y mayores ingresos salariales, que permita no solo

tener a los técnicos y profesionales mejor capacitados, sino también a trabajadores más felices, aspecto que no solo es determinante en términos de sustentabilidad económica, sino también desde la generación de un círculo virtuoso para la actividad y la experiencia del visitante.

BIBLIO Y WEBGRAFÍA

Illanes García-Huidobro, Esperanza. *Construcción del turismo interno en Chile*, Chile: SERNATUR.

Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2015). Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. Descargable en <http://www.subturismo.gob.cl/>

Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2012). Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. Descargable en <http://www.subturismo.gob.cl/documentos/estrategia-nacional-de-turismo/>

Turistiko Consultores, revisado por Sernatur, Subsecretaría de Turismo y Fedetur (2011). Chile por un turismo sustentable, manual de buenas prácticas sector turístico. Descargable en <http://www.chilesustentable.travel/biblioteca/manuales-y-guias/manual-de-buenas-practicas-del-sector-turistico/>