



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Plan Indicativo de Formación en Turismo

Lineamientos para su implementación

Bogotá D.C., diciembre de 2009

PLAN INDICATIVO DE FORMACIÓN EN TURISMO

Lineamientos para su implementación

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

VICEMINISTERIO DE TURISMO

Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Luis Guillermo Plata

Viceministro de Turismo

Oscar Rueda García

Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo

Clara Inés Sánchez Arciniegas

Director de Análisis Sectorial y Promoción

Carlos Alberto Vives Pacheco

Coordinador Grupo de Calidad, Seguridad y Cooperación Internacional

Luis Antonio Sarmiento Melo

Investigación (2005)

Julio E. Arbeláez Pinto

Revisión y actualización

Julio E. Arbeláez Pinto y Clara Inés Sánchez Arciniegas

Agradecimientos

Secretaría General Iberoamericana y Organización Mundial del Turismo – OMT

Fotografías

- *Portada: Estudiantes en hipogeo del Parque Arqueológico de Tierradentro (Inzá, Cauca) - William Heredia Orjuela.*
- *Página 5: Julio E. Arbeláez Pinto.*

Bogotá, Colombia

2009

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	4
1.INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO DE ANÁLISIS.....	6
2.1. ANTECEDENTES Y CONTEXTO	6
3. DIAGNÓSTICO.....	12
3.1. DEMANDA DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO	12
3.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA FORMACIÓN EN TURISMO EN COLOMBIA	14
3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE RECURSOS HUMANOS PARA EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO	18
3.2.2. OFERTA DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO	19
4. PLAN INDICATIVO DE FORMACIÓN EN TURISMO EN COLOMBIA.....	22
4.1. OBJETIVO GENERAL	23
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
4.3. PROYECTOS	25
4.3.1 SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE EDUCACIÓN PARA EL TURISMO	25
4.3.2. CENTRO DE INFORMACIÓN Y MEJORAMIENTO DEL RECURSO HUMANO.....	26
BIBLIOGRAFÍA	27

PRESENTACIÓN

La dinámica creciente del turismo en Colombia implica trazar nuevas metas y tener una visión innovadora para la gestión del turismo en los diferentes destinos y productos turísticos colombianos. En este contexto surge el interés por desarrollar herramientas que faciliten la adaptación a los cambios y las exigencias actuales en el mercado turístico, y que den respuesta a las prioridades en materia de sostenibilidad y competitividad.

Con este propósito, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en desarrollo de su misión y con el ánimo de orientar la gestión de los diferentes actores del turismo colombiano, presenta los documentos de política pública para el sector, que incluyen propuestas para la competitividad, el mercadeo, la promoción y la seguridad turística; así como el turismo social, la vinculación del turismo y las artesanías y la formación en turismo.

Este trabajo, realizado durante el año 2009, es el resultado del esfuerzo del Gobierno Nacional por afianzar las acciones pertinentes para la consecución y alcance de los objetivos propuestos en materia de competitividad turística. Son fruto de la construcción colectiva entre el Gobierno, el sector privado del turismo, la academia y la comunidad. Cada política contiene los lineamientos para fortalecer la función social del turismo y posicionar a Colombia como un destino de Clase Mundial.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

PLAN INDICATIVO DE FORMACIÓN EN TURISMO

Lineamientos para su implementación

1. INTRODUCCIÓN

El Plan Indicativo de Formación en Turismo, elaborado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, contiene una serie de directrices estratégicas para lograr que este factor determinante de la competitividad pueda aplicarse de manera estructural en los diversos mercados laborales y en la gestión turística de los destinos y empresas del país, y que a su vez sea un elemento jalonador para la investigación, innovación y generación de conocimientos.

El presente documento constituye un resumen ejecutivo actualizado que se fundamenta en la primera versión de este Plan formulada en el año 2005 y en la información y propuestas formuladas para Colombia en el Estudio de la Oferta y la Demanda de Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico en América Latina, elaborado por la Secretaría General Iberoamericana y la Organización Mundial del Turismo - OMT, en julio de 2009.

Este Plan se formula con sustento en un análisis prospectivo y metodológico de la situación del entorno educativo sectorial, a partir del análisis de las necesidades de formación de las comunidades, del sector productivo y de las políticas de gobierno que lleva a la definición de unos objetivos y a la elaboración de unos indicadores meta cuya concreción se desarrollará a partir del 2010, a través de la preparación de planes operativos anuales.

El Plan Indicativo de Formación en Turismo implica que la determinación del nivel y de la calidad de la educación consiste básicamente en la definición de un conjunto de variables que proporcionen en forma sistemática, un cuadro confiable acerca del estado de los sistemas educativos sectoriales, que pueda ser utilizado para colaborar en la orientación de las políticas y acciones de mejoramiento emprendidas por los actores vinculados a este tema.

2. MARCO DE ANÁLISIS

2.1. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

- **Constitución Política de Colombia**

La Carta Magna señala en sus artículos 26º, 67º, 68º y 69º los principios fundamentales para el sistema educativo, donde se resalta que la educación es un derecho fundamental de las personas y que corresponde al Estado, la sociedad y la familia la responsabilidad de brindarla de manera gratuita, de los 5 a los 15 años de edad y que comprenderá como mínimo un año de preescolar y 9 años de educación básica.

- **Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo**

Esta norma reconoce la importancia de la formación para el turismo, estableciendo en su artículo 3º que el subsector de la educación turística “es considerado como soporte del desarrollo turístico y de su competitividad y en tal condición se propiciará su fortalecimiento y participación.”¹

De igual forma, en el artículo 11º creó el Comité de Capacitación Turística, “con la finalidad de analizar la correspondencia de los programas de formación turística que se impartan a nivel nacional con las necesidades del sector empresarial para proponer acciones que permitan mejorar la calidad de la formación turística acordes con las necesidades empresariales.”²

- **Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 - “Estado Comunitario, Desarrollo para todos”**

Este plan reconoce en su visión del desarrollo que el objetivo del crecimiento económico no es un fin en sí mismo, sino es un medio idóneo para alcanzar una sociedad más justa. “Este crecimiento por sí solo no es suficiente y debe tener como contexto sólidas políticas sociales y de seguridad democrática, en las cuales obren como criterios relevantes y decisivos la equidad, la reducción de la pobreza, la sostenibilidad ambiental y la descentralización.”³

En concordancia con este propósito nacional, las políticas en materia de educación y de turismo resaltan su función social para contribuir a los objetivos del desarrollo humano, promoviendo la articulación entre el crecimiento económico y la cohesión social.

De igual forma el Plan, establece en el eje de Desarrollo Empresarial, Innovación y Desarrollo Tecnológico que la educación para el cimiento de una cultura turística, es una estrategia fundamental para apoyar la productividad y competitividad del turismo.

- **Plan Nacional Decenal de Educación 2006 -2016 (PNDE)**

El PNDE resalta el valor de la educación como derecho fundamental y como servicio público que cumple una función social, estableciendo los derroteros que servirán como

¹ COLOMBIA. Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo.

² Ibídem. Este Comité fue derogado por el artículo 32º del Decreto 219 de 2000.

³ COLOMBIA. Ley 1151 de 2007, por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.

“ruta y horizonte para el desarrollo educativo del país en el próximo decenio”⁴. En estas orientaciones se establece el tema de relación con “otros actores en y más allá del sistema educativo”, donde uno de los macroobjetivos es el de “crear y fortalecer los mecanismos de participación de los sectores productivo, solidario y social, comprometiéndolos en la construcción, desarrollo y acompañamiento de los procesos de formación de ciudadanos y ciudadanas críticos, autónomos, solidarios y responsables consigo mismos y con el entorno, atendiendo las directrices de la política nacional, regional, territorial, local, institucional y sectorial de educación, el PNDE y políticas ambientales.”⁵

De esta manera, el enfoque de la educación para el turismo debe promover los principios de participación con el fin de garantizar la responsabilidad y el compromiso que tiene el sector productivo del turismo con el desarrollo del país.

- **Revolución Educativa**

El documento de la “Revolución educativa” resalta que las expectativas de la comunidad en materia de educación serán una finalidad para el Estado Comunitario.

Por tal razón, los esfuerzos están orientados al fortalecimiento y la articulación de todos los niveles educativos: desde la educación inicial hasta la superior, incluyendo la formación para el trabajo. Para ello se fomenta y apropia el enfoque de formación por competencias donde el propósito es el mejoramiento de la calidad y competitividad en el sistema educativo.

En este contexto, la evaluación será el mecanismo principal para el mejoramiento de la calidad de la educación⁶, así como la formación en las tecnologías de la información y la comunicación -TICS y el avance hacia el bilingüismo entre los estudiantes y los docentes.

En lo que al sistema de educación superior se refiere, para mejorar la pertinencia y la claridad se fortalecen los mecanismos de información sobre el comportamiento y los requerimientos del mercado laboral y se continúa con la evaluación de programas académicos, para que la mayoría de ellos cuente con las condiciones mínimas de calidad verificadas. Igualmente se dará la mayor importancia a la investigación y la formación avanzada.

La Revolución Educativa parte de la premisa que “la educación es la medida más eficaz para mejorar la distribución del ingreso. Con educación de calidad se evita la condena de ser pobre por herencia y se abren canales de movilidad social. A mayor y mejor educación disminuyen las diferencias salariales, aumenta la productividad y mejoran los ingresos de las personas.

El país necesita una Revolución Educativa provista de participación comunitaria que avance hacia la cobertura universal, la buena calidad, con acceso democrático. Una educación crítica, científica, ética, tolerante con la diversidad y comprometida con el medio ambiente.

⁴ COLOMBIA. Ministerio de Educación Nacional. Plan Nacional Decenal de Educación 2006 -2016: Los diez temas y sus macro objetivos. Bogotá, 2009.

⁵ Ibídem.

⁶ Actualmente se aplican diferentes pruebas para evaluar la calidad de la educación: las pruebas SABER y los exámenes de Estado del ICFES en el nivel de educación básica secundaria; en el nivel superior se realizan las pruebas ECAES para determinar la implementación de los estándares en competencias.

El desafío de la revolución educativa incluye cinco temas esenciales: cobertura, calidad, pertinencia laboral, capacitación técnica e investigación científica.”⁷

- **Visión Colombia 2019 – II Centenario**

La definición de la visión de Colombia para el año 2019, pretende dar las bases para orientar las acciones estatales de manera coordinada “- a partir del consenso entre las regiones, el gobierno central y los distintos estamentos de la sociedad civil - así como para diseñar e implementar metas, planes y proyectos sectoriales viables.”⁸

Uno de sus objetivos es desarrollar “una economía que garantice mayor nivel de bienestar”⁹, donde se espera que en el año 2019 Colombia deberá haber alcanzado un patrón de crecimiento consecuente con los cambios globales, con pleno empleo de los recursos productivos y protegiendo el medio ambiente.

El documento plantea que para que esto sea posible, es necesario que el país haga uso adecuado del territorio y de su capital humano; igualmente debe aprovechar las ventajas comparativas y generar ventajas competitivas para garantizar la inserción exitosa en la economía mundial.

El postulado central establece que sólo con una economía dinámica que eleve significativamente el ingreso y el empleo, contará el Estado con los recursos necesarios y suficientes para ejecutar la política social que ayude de manera drástica a reducir la pobreza y a mejorar la distribución del ingreso

En concordancia con esta visión, la gestión de la política pública en turismo ha venido trabajando en la generación de ventajas competitivas para los diversos destinos, tanto para el mercado nacional e internacional. Para lograr una mayor competitividad, es indispensable reconocer que el aporte de las infraestructuras, de excelentes niveles de capacitación del talento humano, de desarrollo de tecnología, de inversión, de planta turística, facilita el logro de las metas de crecimiento del sector y por lo tanto define la contribución económica del mismo al Producto Interno Bruto de la nación para los próximos años.

- **Visión Sectorial 2020**

Como parte de los ejercicios de planeación del sector, el turismo colombiano definió su visión al año 2020, donde se propone que para esa fecha deberá existir un trabajo mancomunado entre el sector público y privado, en la que el aporte de todos los actores es definitivo para la competitividad del producto y del destino. En ese sentido, todos estarán comprometidos con la calidad y la diferenciación del producto.

Para ello, el recurso humano vinculado al sector deberá tener altos niveles de calidad, su formación corresponderá con las exigencias del mercado y será un personal bilingüe.

⁷ COLOMBIA. Ministerio de Educación Nacional. La Revolución Educativa. En línea: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85576_archivao_pdf.pdf. Citado en octubre de 2009.

⁸ COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación. Visión Colombia II Centenario: 2019 - Propuesta para discusión. En línea: <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Pol%C3%ADticasdeEstado/Visi%C3%B3nColombia2019/tabid/92/Default.aspx>. Citado en octubre de 2009.

⁹ Ibídem.

La investigación y el desarrollo tecnológico en turismo tendrán un apoyo decidido del Estado. Así mismo, la información y el análisis económico del sector se habrán consolidado y serán fundamentales para la toma de decisiones tanto en el sector público como privado.

- **Documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social - CONPES 3397 de 2005 - “Lineamientos para el desarrollo de una política integral para el desarrollo del sector turismo”**

Este documento destaca la potencialidad económica y de desarrollo regional que puede tener para Colombia, si se proyecta como un destino turístico en los mercados internacionales. Es así como “propone lineamientos para el desarrollo del sector turismo y las estrategias que son necesarias implementar para lograr ese fin.”¹⁰

A nivel interno, a partir del ejercicio estratégico realizado entre el sector público nacional, el regional y el privado para la formulación de los convenios de competitividad turística¹¹ se identificó la formación del recurso humano, como uno de los retos neurálgicos y transversales que debe superar el sector, donde se identificaron las siguientes situaciones:

- **Educación y capacitación:** Se requiere mejorar el entrenamiento y capacitación a prestadores de servicios turísticos, especialmente en el manejo de un segundo idioma. Subsisten debilidades en términos de articulación entre la educación formal y la educación para el trabajo que permitan incorporar nuevas tecnologías y cerrar las brechas tecnológicas del sector turismo
- **Sensibilización Turística:** Se debe fortalecer la sensibilización entre la población en temas tales como el turismo, el medio ambiente y los rasgos culturales. Existen debilidades en el desarrollo de una adecuada y sostenible cultura turística.

Igualmente el documento CONPES, manifestó que las estrategias en materia de educación para el turismo deben ajustarse a las características de los actores involucrados en ella y orientarse de manera pertinente a solucionar las necesidades de los mismos.

- **Plan Sectorial de Turismo 2007 – 2010 – Colombia, Destino Turístico de Clase Mundial**

Este Plan, que hace parte integral del Plan Nacional de Desarrollo, resalta la importancia del turismo para Colombia, como uno de los sectores con alto potencial para contribuir a alcanzar en el mediano plazo los objetivos nacionales de desarrollo.

Sin embargo, el propósito de ser un destino de clase mundial requiere estrategias innovadoras y visionarias para lograr ese objetivo, donde se aborde de manera integral

¹⁰ COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación. Documento CONPES 3397 de 2005 - “Lineamientos para el desarrollo de una política integral para el desarrollo del sector turismo”. Bogotá D.C., 2005. En línea: <http://www.snc.gov.co/Es/Institucionalidad/Documents/Conpes/3397.pdf>, citado en septiembre de 2009.

¹¹ Los convenios regionales de competitividad turística son una herramienta a través de la cual se coordinan acciones entre la nación y las diferentes entidades territoriales para superar obstáculos a la competitividad turística.

la superación de los retos en materia de formalidad, calidad y competitividad, para posicionarse con éxito en los mercados.

Para tal fin, el Plan propone definir y desarrollar los productos de clase mundial en los cuales el país puede competir con éxito en los escenarios internacionales y en elevar los estándares de calidad en el servicio.

El plan contempla siete estrategias para el cuatrienio:

- a) El mejoramiento y consolidación de la competitividad, incluyendo la calidad de los destinos y productos turísticos
- b) El mejoramiento de la infraestructura turística
- c) El fortalecimiento del mercadeo, la promoción y la comercialización
- d) La creación de un sistema de información turística
- e) La búsqueda de una mejor y mayor conexión de nuestros destinos turísticos por vía aérea
- f) La implementación de estímulos a la demanda y a la oferta turística, incluyendo la hotelería de alto nivel
- g) La educación para cimentar una cultura turística.

Si bien se evidencia que el tema de formación y capacitación para el sector es transversal a todas las estrategias de desarrollo propuestas, el Plan enfoca su atención especial en esta última, donde se proponen acciones tales como:

- Mejorar los instrumentos de articulación institucional pública y privada.
- Articular los programas de formación existentes.
- Aplicar el Plan Indicativo de formación y capacitación en Turismo.
- Fortalecer el Programa “Colegios Amigos del Turismo”¹²
- Divulgar del Código Ético Mundial del Turismo¹³
- Establecer una alianza estratégica para ampliar la cobertura de los programas de bilingüismo¹⁴ de manera significativa, con el apoyo del Ministerio de Educación y el SENA.
- Aprovechar las TIC’s para la educación en turismo
- Estímulos para las investigaciones acerca de patrimonio regional y temas de desarrollo turístico

¹² El programa de Colegios Amigos del Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo busca fortalecer a las instituciones educativas de formación básica, secundaria y media en el desarrollo de proyectos de formación en turismo para mejorar la sensibilización y la conciencia de la importancia del turismo y su papel estratégico para el futuro del país y las regiones, mediante su gestión responsable, así como generar procesos de cultura turística.

¹³ El Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT) es un conjunto amplio de principios cuyo propósito es definir un marco ético para el ejercicio de las responsabilidades de los actores interesados en el desarrollo del turismo: los gobiernos centrales y locales, las comunidades autóctonas, el sector turístico y sus profesionales y los visitantes, tanto internacionales como nacionales. Disponible en línea en el sitio en Internet de la Organización Mundial del Turismo, OMT: http://www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Codigo%20Etico%20Espl.pdf

¹⁴ El programa pretende que en los destinos turísticos los prestadores de servicios turísticos y personal en contacto con turistas, tengan una formación en un segundo idioma -iniciando preferiblemente con el inglés- que les permita comunicarse en temas básicos con los visitantes.

- **Política de Competitividad Turística: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial**

La Política de Competitividad Turística (2009) formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, reconoce la importancia de la educación como componente diferenciador y generador de ventajas competitivas para el turismo colombiano.

Esta política, se articula al presente Plan Indicativo de Formación en Turismo y sus lineamientos fortalecen las acciones propuestas para el sector.

3. DIAGNÓSTICO¹⁵

El crecimiento del sector turístico y su aporte a la riqueza nacional es una constante en la mayoría de las regiones de Colombia, incremento favorecido por el importante patrimonio que estas poseen y que augura un interés constante en el desarrollo sostenible de este sector en los próximos años. No obstante, existen diversos factores que inciden notablemente en la forma de logara la competitividad, entre los que cabe destacar, las deficiencias del capital humano y la calidad en el servicio y, sobre todo, las dificultades de partida (infraestructura básica, comunicaciones, desarrollo del tejido empresarial y otras) que muestra parte de los destinos turísticos.

Otros factores a tener en cuenta son los referentes a la composición empresarial del sector y las finalidades esperadas de la formación para el turismo. Es así como debe tenerse en cuenta que en Colombia los prestadores de servicios turísticos son principalmente micro, pequeñas y medianas empresas, que requieren de apoyo para alcanzar estándares de calidad adecuados en los servicios que prestan. En este sentido, el desarrollo de una actividad turística competitiva requiere de una permanente labor de capacitación que mejore las competencias del empresario, el trabajador y la sociedad civil en conjunto, de tal manera que se cumpla con la calidad de los servicios que demanda el turista.

De igual forma, es importante que la estrategia de educación para el turismo, aporte a la generación de una cultura turística, donde se cuente con una población sensibilizada – comunidad receptora, empresarios, gremios, autoridades- en la importancia del sector turismo para su región.

3.1. DEMANDA DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo, los trabajadores en el sector turístico, por lo general, se caracterizan por factores como: empleos en pequeñas empresas, la mano de obra principalmente es joven de modo que la mayor parte de trabajadores tiene carencia de experiencia del sector hotelero, existe un alto índice de rotación laboral, el predominio de jornadas laborales temporales, existen diferentes tipos de subcontratación como contratos temporales, una gran proporción de participación de la mujer en la industria (70% y la mayoría de ellas están laborando en mandos operativos), y factores de actitud, como la autoestima baja que es común en el sector de restaurante y el hotel.

Estos datos indican que además de ser un sector intensivo en mano de obra ocupa a colectivos muy vulnerables de la sociedad, como son las mujeres y los jóvenes.

El 75% de los trabajadores del sector turístico no han sido calificados en la educación formal de hotelería o turismo – en cualquier nivel -, lo cual permite inferir que un gran caudal de trabajadores se ha formado por otras vías como la educación no formal o la adquisición de habilidades en la experiencia laboral.

El sector turístico, en general, tiene grandes dificultades para cubrir con personal cualificado los puestos operativos y aquellos que están en contacto con el cliente. Esto es debido

¹⁵ Este capítulo está estructurado con base en la información y propuestas formuladas para Colombia en el “*Estudio de la Oferta y la Demanda de Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico en América Latina*”, elaborado por la Secretaría General Iberoamericana y la Organización Mundial del Turismo - OMT, en julio de 2009.

justamente a la escasez de personal cualificado para esos puestos, por lo que aquí se identifica una gran brecha: mientras el sector necesita personal capacitado para estos puestos, las instituciones educativas están capacitando recursos humanos de manera generalistas y para puestos de supervisión y de dirección (formación que se ha identificado también que, en general, es poco apropiada para estos puestos).

Así pues, los empleadores son reticentes a la utilización de establecimientos que imparten educación y formación en turismo para captar a sus trabajadores. Aquí es donde se manifiesta con más claridad lo que se conoce como la dualidad del mercado de trabajo en turismo y hotelería: los prestadores recurren en mayor medida a los egresados en estas instituciones para desempeñar puestos superiores, mientras que para cubrir los puestos de oficio utilizan canales tales como el conocimiento directo o indirecto y, en general, informales.

Este aspecto queda de manifiesto en el hecho de que las empresas turísticas cuentan, en promedio, dentro de sus plantillas de personal con egresados de escuelas y centros de educación turística, de manera inversamente proporcional al nivel que se ocupa dentro de la estructura de las empresas; es decir, las instituciones de educación turística están sirviendo para satisfacer parte de la demanda de nivel intermedio y superior (y no siempre de manera satisfactoria por ser una formación demasiado generalista), pero no para la que existe en el nivel operativo, la cual es la más abundante, tal y como se ha indicado.

En cuanto a los requerimientos de conocimiento del recurso humano, son importantes las **habilidades** en términos generales como mayor conciencia ambientalista, manejo de tecnologías informáticas, formación en idiomas, estímulo por el interés sobre los recursos y valores culturales y desarrollo del compromiso social, entre otros.

Con respecto a las **actitudes y valores** que buscan los empresarios en sus empleados, ya sea en niveles de supervisión u operativos se encuentran jerarquizados por importancia los siguientes: orientación al cliente, compromiso ético, actitud proactiva, iniciativa y espíritu emprendedor, respeto por la persona, adaptabilidad al cambio, motivación por la calidad, pulcritud en la apariencia, autocontrol emocional, tolerancia a la diversidad y multiculturalidad, disponibilidad de horarios, interés por otras culturas y costumbres, sensibilidad hacia temas medioambientales y seguridad en la comunicación.

Con respecto a las **competencias** que son necesarias para los diferentes cargos del sector, la conclusión fue que las competencias varían según el nivel ocupacional.

Para aquellos puestos que están relacionados con la dirección y supervisión son las siguientes: capacidad de planificación y organización personal y laboral, capacidad en manejo de nuevas tecnologías relativo al ámbito específico de trabajo, capacidad en la toma de decisiones, capacidad de creatividad e innovación al ámbito específico de trabajo y capacidad de resolver problemas estructurados y no estructurados.

Para aquellos puestos que están relacionados con la parte operativa, las competencias necesarias son las siguientes: capacidad de comunicación oral y escrita en lengua materna, capacidad de comunicación en lengua extranjera, capacidad operativa de información instruccional, capacidad de resolver problemas estructurados y no estructurados, capacidad de trabajo en equipo interdisciplinar, capacidad de adaptarse a nuevos ambientes, capacidad de relacionarse con otras personas, capacidad de trabajar de manera eficiente, capacidad de escuchar, capacidad de trabajar bajo presión y capacidad de adaptación al ambiente laboral.

Como cualificación complementaria a todas aquellas específicas del sector, se considera que los idiomas tienen gran relevancia, particularmente, el idioma inglés, por lo que este factor se toma en cuenta a la hora de planificar la formación de los trabajadores entrantes en el sector o de los que ya están trabajando en el mismo. Estas cualificaciones son especialmente sensibles para aquellos puestos en contacto con el cliente a cualquier nivel jerárquico.

De la misma manera, otras habilidades para la atención al cliente son esenciales para este colectivo o incluso para aquellos que puedan tener un encuentro ocasional con los clientes.

El análisis de la demanda de recursos humanos cualificados por parte del sector turístico no puede dissociarse de las condiciones laborales, las cuales no siempre son las óptimas. Remuneración no adecuada, estacionalidad y horarios peculiares, alta rotación del personal, desconocimiento y falta de aplicación de la legislación laboral y de los derechos de los trabajadores, subcontratación de tareas son algunos de los factores que hacen que este sector no sea atractivo para muchos trabajadores y en muchos casos constituye solamente un sector de paso hacia otros sectores con mejores condiciones laborales. Estos factores también afectan a la hora de tomar una decisión por parte de los potenciales trabajadores del sector sobre la inversión en formación.

Desde la óptica del sector, no siempre las empresas están dispuestas a pagar más por los profesionales capacitados, sobre todo en los puestos operativos. En este aspecto subyace un sentimiento en parte del sector de que para los puestos operativos no se requiere de capacitación especial, cuando normalmente son estos puestos los que están en contacto con el cliente y hacen las funciones de vendedores de los servicios que manejan, además de ser de capital importancia para la calidad del mismo. Si se unen estos factores a los ya comentados de falta de personal capacitado para estos puestos operativos, muchos de estos empleos son cubiertos por el sector hotelero de manera no formal o con personas no capacitadas.

En este contexto, las pequeñas y medianas empresas consideran a la formación como una carga financiera.

3.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA FORMACIÓN EN TURISMO EN COLOMBIA

En el ámbito turístico, la formación que se ofrece en Colombia es de dos modalidades: la presencial y bajo el sistema de la educación a distancia, que actualmente gozan con el reconocimiento, acreditación y certificación oficial pertinente.

La población de Instituciones de Educación Superior (IES) ¹⁶ está caracterizada por: aquellas instituciones que se encuentren bajo condición de calidad, es decir, que obtuvieran Registro Calificado o Acreditación de Alta Calidad; que pertenezcan al sector público o privado; que cuenten con los niveles de formación Técnico Profesional, Tecnológico y Profesional; que contemplen perfiles de formación tanto profesional como ocupacional; así como con la modalidad de formación fuera ésta presencial, a distancia o virtual.

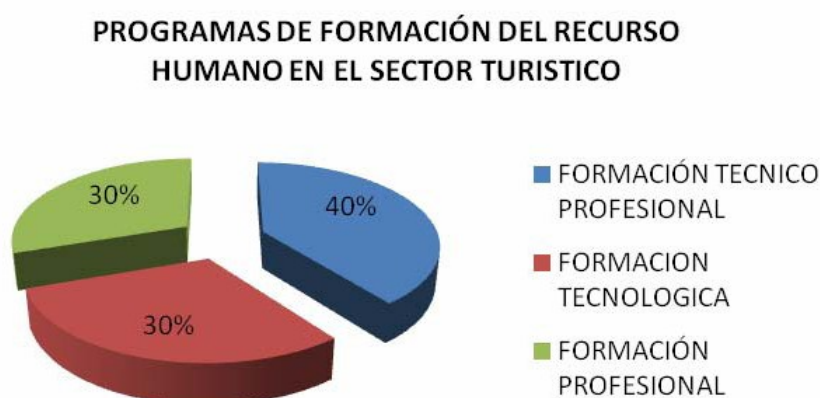
¹⁶ Para este diagnóstico, se tuvo en cuenta aquellas Instituciones de Educación Superior (IES) que a diciembre del año 2008 se encontraran registradas en el Sistema Nacional de Información de Educación Superior (SNIES) del Ministerio de Educación Nacional.

También se tuvo en cuenta la oferta de programas del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)¹⁷, entidad gubernamental destinada a formar para el trabajo y el desarrollo humano, que tiene gran relevancia en la formación del sector turístico en el país.

El SENA cuenta hoy con 33 regionales ubicadas en todos los departamentos del país y en éstas se congregan 115 Centros de Formación con diferentes especialidades. De las 33 regionales, el 64%, es decir 21, imparten formación en los niveles técnico, técnico profesional y tecnológico en programas de turismo y hotelería.

En cuanto a la educación superior regulada por el Ministerio de Educación Nacional, en el país existen aproximadamente 86 programas para formación de recurso humano en turismo: 34 programas pertenecen al nivel técnico profesional, 26 al tecnológico y 26 al profesional, de estos últimos, solamente dos han sido acreditados en condición de Alta Calidad por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA).

Grafica 1. Programas de formación del recurso humano en el sector turístico



Fuente: Estudio de la Oferta y la Demanda de Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico en América Latina, con base en los datos del CNA, 2009.

Los demás programas se ofrecen todos bajo Registro Calificado que es la condición de calidad obligatoria que garantiza que un programa cumple las condiciones básicas para iniciar su funcionamiento definido en el Decreto 2566 de 2003 y que es emitido por el Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución.

De los programas de formación técnico profesional, doce definen un perfil ocupacional para el área de Alojamiento; en el tecnológico trece y en el profesional catorce. Los demás perfiles ocupacionales definen competencias para los otros departamentos del hotel o para la investigación, la docencia y las actividades turísticas.

¹⁷ Según el decreto 2888 de 2007, “el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, es la institución pública colombiana encargada de la función que le corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los colombianos ofreciendo y ejecutando la Formación Profesional gratuita, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país. El SENA es la principal institución del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo”. Es el SENA la entidad encargada de acercarse al sector productivo y respondiendo a sus necesidades, formar el recurso humano necesario para los sectores productivos. Las empresas están obligadas a vincular a través de contrato de aprendizaje, a los estudiantes SENA que se encuentran en etapa productiva bajo las normas del Decreto 933 del 11 de abril de 2003. Además realizan mensualmente un aporte del 2% sobre el valor de su nómina para financiar el centro de formación.

En el nivel de formación profesional, seis instituciones son de carácter oficial, en el tecnológico diez y en el técnico profesional trece.

De los programas que se manejan en cada nivel: sólo tres programas profesionales son ofrecidos a distancia, uno virtual y los demás son presenciales. En el nivel tecnológico tres a distancia, tres virtuales, sólo uno semipresencial y diecisiete presenciales. En el nivel técnico profesional, cuatro son virtuales, siete son a distancia y veinticinco presenciales.

Con el ánimo de fortalecer la educación técnica y tecnológica en el país, el Ministerio de Educación Nacional creó las llamadas bolsas concursables, que convocan tres sectores estratégicos: el productivo, el educativo y el gobierno regional formando Alianzas.

Para el desarrollo del sector turístico se crearon cuatro alianzas:

- a) Alianza gastronómica por Colombia
- b) Alianza Turismo Caribe
- c) Alianza Regional: Centro del Valle “Una Ruta en Común”
- d) Alianza Gestión Turística: turismo rural e histórico-cultural, guianza turística

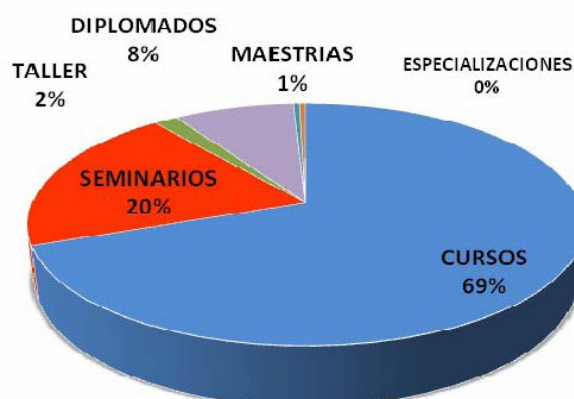
A las Alianzas pueden pertenecer los establecimientos de educación media articulando sus programas con las instituciones de educación superior, a través de los ciclos propedéuticos, permitiendo al estudiante iniciar su formación técnica profesional a partir del décimo año de enseñanza media, sin haber concluido su bachillerato. Cada IES define en qué especialidad decide formar dando la oportunidad de hacer los currículos flexibles. Próximamente empezarán a funcionar los programas creados bajo las Alianzas, sólo falta la obtención de Registro Calificado, lo que ampliará la cobertura de formación en todo el país.

Por otra parte, existen los Centros Regionales para la Educación Superior (CERES), que son una estrategia del Ministerio de Educación Nacional, cuyo objetivo es desconcentrar la oferta de formación superior de las ciudades y llevarla a las regiones, buscando ampliar la cobertura, haciendo más equitativo el acceso a la educación contribuyendo al desarrollo social y económico de la región.

En aproximadamente 29 ciudades de Colombia se ofrecen más de 480 programas de educación continuada (Diplomados, cursos de extensión o de actualización) y no más de ocho postgrados (Especialista, Magister o Maestría y Doctorado o PHD), con registro calificado, relacionados directamente con la formación en turismo. Cerca del 13% de estos programas están relacionados con el departamento de alojamiento y administración del alojamiento; el 80% están relacionados con la operación y administración del departamento de alimentos y bebidas; y cerca del 7% de los programas relacionados con la operación y organización de eventos.

La mayoría de estos programas son cursos cortos con una intensidad horaria entre 20 y 48 horas, los seminarios ofertados son cerca del 20% del total de programas existentes y tan solo el 2% son especializaciones y maestrías.

Gráfica 2. Educación de postgrados y educación continuada de formación turística ofertada en Colombia



Fuente: Estudio de la Oferta y la Demanda de Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico en América Latina.

La oferta de educación de postgrado y educación continuada se concentra en Bogotá y en departamentos como Antioquia, Valle del Cauca, Boyacá y Tolima.

Las instituciones educativas, agremiaciones y cajas de compensación son en la actualidad las que desarrollan programas dirigidos a fortalecer las competencias en cargos relacionados con la hotelería y a capacitar a quienes desean formar empresa.

La Asociación Colombiana de Hoteles COTELCO, es quien ofrece la mayor cantidad de cursos relacionados con la administración hotelera y el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA ofrece la mayor cantidad de cursos relacionados con la operación del alojamiento. Las cajas de compensación ofertan programas cortos de capacitación a aquellos afiliados y a las empresas que deseen que sus empleados actualicen sus conocimientos y desarrollen habilidades nuevas, así mismo, ofertan programas para creación y formación de empresas a aquellos que han sido desvinculados laboralmente haciendo uso del subsidio de desempleo.

De otra parte, con base en la información obtenida del Observatorio Laboral¹⁸, se puede identificar el seguimiento a egresados de programas de formación del sector turístico.

Según los datos¹⁹, se puede deducir que de los 4998 egresados graduados de todos los niveles de formación entre los años 2001 y 2007, el 83.23%²⁰ están vinculados formalmente en el sector laboral, siendo el nivel de formación de mayor contratación estudios de posgrados (especialización) ya que de los quince egresados graduados el 100% está empleado.

¹⁸ El Observatorio Laboral, creado por el Ministerio de Educación Nacional, analiza y divulga la información relacionada con los egresados de los programas académicos, su vinculación al mercado laboral, los niveles de remuneración que se ofrece a éstos, entre otros aspectos. Como complemento a la información resultante de las instituciones, el Ministerio de Educación adelanta actualmente la Encuesta de Seguimiento a Graduados para poder analizar qué sucede con los graduados desempleados o en la informalidad, el tiempo en que los egresados se demoran en conseguir empleo, calidad del empleo en términos de estabilidad y remuneración de acuerdo a lo estudiado y, además, conocer la opinión de los egresados referente a la educación recibida y su vinculación al mercado laboral.

¹⁹ Estos datos incluyen exclusivamente aquellos programas inscritos ante el Ministerio de Educación Nacional, no se incluye el egresado del SENA que pertenece al Ministerio de Protección Social.

²⁰ Sin embargo es de resaltar que el porcentaje de inserción a la vida laboral solo contempla a los graduados y no se tiene información de la situación laboral de los egresados que por diferentes razones aun no han obtenido el título.

En el nivel de pregrado, la contratación es muy similar; es decir, en formación universitaria (en la actualidad cinco años) está contratado el 84%, en tecnológica (tres años) el 85% y en Técnico Profesional (dos años) el 79%.

Un análisis de los salarios, la duración de los programas y las exigencias para obtener el grado, concluye que la mejor remuneración se encuentra en el nivel técnico profesional ya que con solo cuatro semestres de duración de la carrera y sin realizar trabajo de grado, diferencia su escala salarial en solo el 24% de la remuneración del universitario, que debe permanecer diez semestres de duración en la institución educativa, presentar trabajo de grado, hacer exámenes de suficiencia en otras lenguas y muchos requisitos más.

Este panorama evidencia que en el país, existe una amplia oferta de recurso humano para la hotelería, caso completamente contrario a lo que sucede con la formación en turismo. Sin embargo, debido a la misma estructura de la hotelería en el país (que son empresas familiares, aún cuando las proyecciones que se derivan del fomento a la inversión en este sector podrían modificar esta condición), se presenta un alto grado de empirismo en la ocupación de los cargos; por lo cual la empresa incurre en gastos de capacitación y adiestramiento y en últimas prefieren contratar personas con experiencia, por encima de las personas formadas para el desarrollo de la actividad.

Analizando la oferta de cargos que muestran los hoteles, el 75.25% corresponden al nivel operativo, seguido por el nivel medio o de supervisión con el 15.74% de los cargos; lo cual es coherente con las ocupaciones más demandadas por el sector, relacionadas por los hoteles y que en su mayoría corresponden a cargos de nivel operativo de supervisión a los que acceden los egresados de programas de formación en hotelería y turismo. Por otra parte, el 9.02% de los cargos ofertados para el nivel ejecutivo lo ocupan en su mayoría personas formadas en programas diferentes a los relacionados con el sector turístico.

3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE RECURSOS HUMANOS PARA EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO

Con respecto a la oferta y la demanda de recursos humanos en el turismo en Colombia, se determinó la existencia de una brecha entre las necesidades del sector y las competencias de los estudiantes titulados en las instituciones de turismo y hotelería, como consecuencia de la concurrencia de varios factores.

La asimetría se observa en la oferta de recursos humanos preferentemente con formación técnica y tecnológica, por encima del nivel profesional; las razones corresponden a la desproporcionalidad que se presenta entre el mayor esfuerzo de la segunda (exigencia académica, tiempo, inversión) y la cada vez más reducida diferencia en la remuneración recibida. Sin embargo, se evidenció, que el graduarse con una certificación de camarero, cocinero, recepcionista o *hostess* carece del estatus social, por lo que el problema de formar gente capacitada para el nivel operativo se agudiza aún más.

De igual manera, el sector hotelero viene demandando del sector educativo un mayor énfasis en la formación de los futuros colaboradores con foco en las competencias laborales, en especial de los perfiles ocupacionales correspondientes a los técnicos y tecnólogos.

Esta tendencia es el resultado, en parte, del crecimiento acelerado de la oferta hotelera, por lo tanto se ha generado una demanda de recursos humanos de carácter operativo y de mandos medios que no puede ser cubierta por la población residente, en la mayoría de los destinos turísticos.

El fomento a la inversión hotelera y los espacios turísticos necesitan de capital humano para su desarrollo, por lo que es importante considerar que los programas de desarrollo e inversión que realiza el sector tome en cuenta simultáneamente la formación de recurso humano.

Este panorama parece estar acelerando el surgimiento de nuevos programas en todos los niveles de educación para el turismo, pero sin mayores datos que nos indiquen que paralelamente se tiene en cuenta la calidad de dichos programas.

Esta circunstancia emergente frente al recurso humano tiene dos dimensiones: la primera es en términos de demanda, es decir, se requiere conocer cuáles son las necesidades de los prestadores de servicios turísticos; la otra se da en términos de oferta, es decir, cuál es la formación del recurso humano.

3.2.2. OFERTA DE RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO

En concordancia con las tendencias identificadas en los análisis de la demanda, en Colombia la formación dirigida al sector se caracteriza por estar focalizada en el nivel superior, existiendo una sobreoferta en esta área y dejando sin cubrir la formación de manera suficiente para puestos operativos.

Habitualmente, la formación es demasiado generalista y teórica (la formación práctica o las pasantías no cumplen las expectativas esperadas) y no se abordan las competencias específicas y técnicas que requiere el sector.

El Estudio de la Oferta y la Demanda de Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico en América Latina elaborado por la Secretaría General Iberoamericana - SEGIB y la Organización Mundial del Turismo - OMT, revela que en la mayoría de las instituciones educativas colombianas no existe correlación entre el contenido de los cursos que se ofrecen y los requerimientos reales del mercado laboral, toda vez, que estos dependen de las preferencias de los jóvenes y de la capacidad de los docentes y los institutos.

Aunado a esta problemática, los programas educativos en turismo y hotelería presentan, en consecuencia, carencias en la formación de sus educandos. Los planes de estudio de algunas de las universidades tienen mayor concentración de la distribución horaria en materias de formación generalista, en promedio el 52% de las horas corresponde a esta categoría, en tanto que para las materias de especialización técnica y formación terminal se asigna tan sólo el 48%. La oferta formativa se plantea más pensando en términos de venta a estudiantes potenciales y con base en los conocimientos de los docentes de las instituciones que teniendo en cuenta las necesidades reales del sector.

Al hacer una revisión del grado de insatisfacción respecto de la cantidad de egresados de las carreras de turismo, comparándola con la necesidad de puestos a cubrir en la industria, es posible afirmar que, en términos cuantitativos, no debiera existir mayor diferencia entre uno y otro. Sin embargo, toda vez que los egresados de las escuelas no cumplen cabalmente con los

requerimientos del sector productivo, las empresas deben recurrir a otras profesiones, contratar personal sin experiencia y con un nivel educativo muy bajo (primaria y, en algunos casos, primaria incompleta), e inclusive, un efecto muy marcado es la contratación de personal extranjero o no local, no sólo en el campo de la hotelería tradicional, sino en las nuevas corrientes de turismo, relacionadas con el turismo rural, de aventura, ecoturismo y otras modalidades que demandan sistemas de alojamiento novedosos, en los que la educación turística formal, aún no encuentra los mecanismos para satisfacer estas solicitudes.

De igual manera, se ha detectado la variable salarial es un factor influyente en la falta de interés por estudiar o formarse, vislumbrada desde dos ópticas, la primera son salarios sumamente bajos (entre 20 y 30 por ciento menor que en otros sectores) y la segunda en la poca diferencia de percepción económica entre un profesional y una persona formada mediante la experiencia laboral.

En términos de cantidad, el incremento anual de profesionales egresados supera las tasas de crecimiento de la economía, generando factores de desempleo o subempleo, o bien que los empleados laboren en sectores no relacionados con el turismo, a pesar de haber seguido estudios en esta materia.

En el análisis de la demanda se mencionó que en las empresas hoteleras y turísticas existe una pirámide laboral marcada, en la cual del total de recursos humanos, tres cuartas partes laboran en puestos operativos. Por su parte, la oferta educativa formativa en hotelería y turismo muestra una situación justo en sentido contrario, ya que la mayor parte de los programas ofertados están orientados a nivel directivo, siendo menor la oferta educativa dirigida a formar trabajadores operativos y mandos intermedios. Por tanto, se presenta una situación contradictoria entre el volumen de formación que el sector necesita y lo que las instituciones educativas les ofrecen.

En consecuencia, se genera una sobreoferta de formación de nivel superior, lo cual parece ser coherente con la identificación de egresados de estos programas que se encuentran ocupando cargos directivos de empresas en el exterior.

De igual manera, esta formación en su propuesta no necesariamente responde a estándares de calidad mundial y, además, se identifica una ausencia notoria de soluciones para la formación práctica de las posiciones de línea que son las más abundantes del sector, lo que provoca altísimas rotaciones en los trabajos, deficiencias en la prestación de los servicios y no forzosamente está aparejada la posibilidad de garantizar un desarrollo para las comunidades locales. Además, los alumnos egresados terminan laborando en puestos por debajo de su formación; el resultado es un desprestigio de los estudios que acaban siendo mal valorados, porque no permiten la integración laboral en grado adecuado a las expectativas del propio alumno, en tanto parecen ser valorados en otros países.

También, se dan los casos en los que existen regiones turísticas en donde la cantidad de personas capacitadas es muy poca, esto provoca una migración de los lugares de formación a los lugares de demanda, bien dentro de Colombia o bien hacia el exterior.

El citado estudio de la SEGIB y la OMT, encuentra en términos generales que los egresados de turismo de las instituciones de educación superior presentan debilidades en ciertas competencias específicas, como son:

- Falta de conocimiento y la práctica profesional del sector.
- Falta de conocimiento de idiomas incluyendo el inglés.
- Carencia de entrenamiento y/o capacitación permanente.
- Falta de entrenamiento para supervisión, es decir están enfocados únicamente en la parte operativa.
- Experiencia laboral y otros.
- Desconocimiento de la normatividad.

Aunado a lo anterior, existe una tendencia a que los egresados no estén dispuestos a “pagar el precio” del aprendizaje y adquisición de experiencia, mientras ocupan puestos de menor nivel.

Así mismo, el estudio arrojó que las instituciones educativas no están midiendo el grado de satisfacción de sus egresados, en la mayoría de los casos sí existe una vinculación por parte de las instituciones con el sector productivo, ya sea a través de las bolsas de empleo o algunas veces con reuniones conjuntas entre los prestadores de servicios turísticos e instituciones educativas, aunque es necesario reforzar mucho más esta coordinación y cooperación.

En otro orden de ideas, se encuentra una elevada concentración de las instituciones educativas en los centros urbanos o en las capitales, en los estados con mayor nivel de ingreso y poblaciones de su entorno, lo que obliga a que los estudiantes tengan que desplazarse para seguir su aprendizaje y muchos de ellos no retornen a sus lugares de origen en donde se demanda la mano de obra para el sector.

La expansión de la oferta de programas de educación por diversas instituciones y centros educativos, incluida la capacitación desarrollada por las mismas empresas, y las nuevas modalidades como la educación virtual invita a que éstas redireccionen sus estrategias, innoven su oferta, incursionen en nuevas metodologías y modalidades pedagógicas.

Como conclusión se evidencia que parte de las deficiencias y brechas detectadas entre la demanda y oferta de recursos humanos cualificados se deben, en general, a la escasa coordinación y cooperación que existe entre el sector privado, las instituciones educativas y el sector público, lo que impide el necesario flujo de información para detectar las necesidades reales del sector hotelero y poder ajustar la formación tanto en las ocupaciones más demandadas como en las competencias apropiadas para estos puestos.

4. PLAN INDICATIVO DE FORMACIÓN EN TURISMO EN COLOMBIA.

El presente plan es una herramienta de gestión pública que organiza y orienta estratégicamente las acciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de los demás actores vinculados e interesados en alcanzar objetivos sectoriales en materia de formación para el turismo.

Se trata de un instrumento de la planeación estratégica con el cual las entidades de formación sectorial de manera autónoma, orientadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el marco de las instituciones educativa del país, identifican las necesidades macro de formación nacional y definen las acciones a adelantar por cada actor, según su competencia, precisando responsabilidades con los indicadores respectivos de gestión.

Este proceso pretende la implementación de estrategias que buscan mejorar la competitividad turística, el fortalecimiento de las competencias del capital humano vinculado al sector, los avances en ciencia y tecnología y el desarrollo social - comunitario, para impulsar el crecimiento económico sostenible del sector y por ende del país.

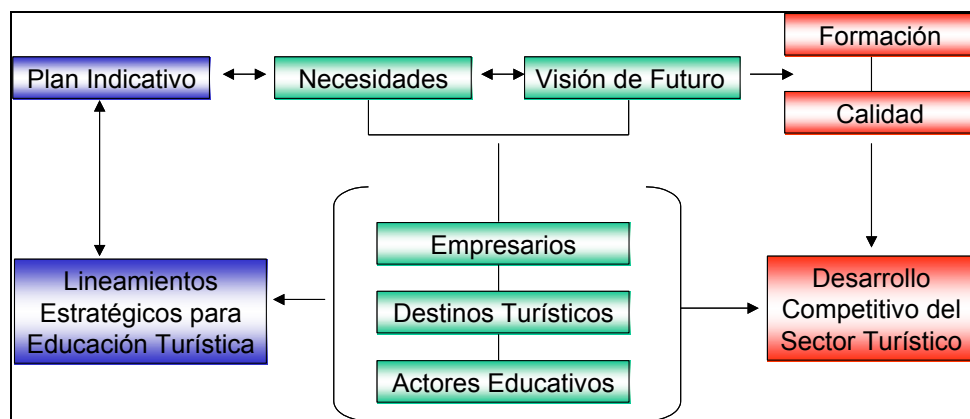
En este contexto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo propone estrategias que en sí mismas le faciliten, en un escenario de diálogo interinstitucional, generar procesos de actuación institucional mediante el cual se busca mejorar sustancialmente el desempeño del subsector educativo para el turismo, en consonancia con los mandatos constitucionales y legales. El plan busca ser un eje fundamental y coherente que genere las condiciones que permitan satisfacer las múltiples y complejas necesidades del sector.

Así, el Plan Indicativo de Formación en Turismo busca la correspondencia de los programas de formación turística a nivel nacional con la necesidad del sector empresarial.

El compromiso de todos los actores y la gestión de los procesos es fundamental para alcanzar las metas establecidas en cada área, y cumplir los resultados esperados por el Plan Indicativo.

En el cuadro se presentan las relaciones entre los actores vinculados al Plan, sus lineamientos y propósitos:

Cuadro 1. Justificación y finalidades del Plan Indicativo de Formación en Turismo



Fuente: elaboración propia

4.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un sistema de gerenciamiento de la formación del recurso humano para el turismo en el que participen de manera práctica y con corresponsabilidad, los sectores educativo, empresarial y público.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Desarrollar herramientas permanentes de comunicación que vinculen los diferentes actores del sector educativo.

Estrategias:

- Conceptualizar los elementos que componen la dinámica de los sistemas laborales, productivos y educativos: hace referencia a los programas y políticas en la búsqueda, selección, contratación, entrenamiento, desarrollo, actualización y compensación de todos los niveles de vinculación del personal, dentro de la dinámica laboral.

El sistema productivo engloba los procesos, funciones y relaciones intralaborales, mientras que sobre el sistema educativo, se analiza desde dos frentes, el primero desde cada uno de los niveles de educación técnico, tecnológico, universitario, educación para el trabajo y el desarrollo humano, y la posibilidad que tiene de vincularse al sector; el segundo corresponde a los programas de capacitación interna que manejan las empresas de manera directa o a través de terceros junto con la oferta de programas de extensión y actualización que ofrece el mercado de las instituciones educativas y la educación no formal.

- Promover la potenciación y mejoramiento continuo sobre la base de las ventajas comparativas de cada uno de los programas educativos: a partir de la definición clara de propuestas educativas tanto a nivel formal como de la educación para el trabajo y el desarrollo humano, se establece el segmento al cual va dirigida cada propuesta, de tal manera que se llenen las expectativas del tanto del estudiante y como del empresario. La promoción de los programas se ejecutaría con base en los resultados de la diferenciación.
 - Difundir las actividades y resultados de las gestiones para el mejoramiento de la calidad hechas por el sector educativo: algunas de las instituciones educativas han trabajado en procesos de acreditación, han participado en actividades promocionales internos; la experiencia adquirida en esos escenarios puede ser transmitida, mejorada y capitalizada, por los demás integrantes del proceso educativo. Adicionalmente con esta estrategia se plantea que cada una de las acciones que se emprenda a través del desarrollo del Plan Indicativo, sea comunicada a los demás integrantes del sistema.
- b) Desarrollar estrategias de apoyo para el sector educativo en concordancia con el nuevo escenario de formación, flexible y competitivo, que requiere el turismo.

Es frecuente encontrar similitud de los planes de estudios y una alta concentración de las ofertas hacia el sector hotelero, dejando sin cobertura especializada a las demás empresas y subsectores que comprende la actividad turística.

Estrategias:

- Creación de un sistema de información permanente y actualizado sobre la oferta educativa turística en cuanto a niveles de formación, acreditación y titulación: se hace necesario que las entidades educativas revisen y ajusten las estructuras curriculares, según los niveles de formación y su relación ajustada con las necesidades del sector.
 - Acompañar a las entidades pertinentes para adoptar el sistema de créditos, que permita una lectura y control de los procesos y sus resultados, acordes con los requerimientos de ley y las necesidades sectoriales, de manera estandarizada.
 - Apoyar el subsector educativo para el turismo en el desarrollo de procesos de modernización de estructuras y currículos, orientados a su inserción en la globalización y las tendencias del sector.
 - Generar un sistema de transferencia tecnológica educativa que permita aumentar la productividad de las instituciones.
- c) Promover la creación de alianzas estratégicas entre los actores del proceso formativo del turismo.

Estrategias:

- Crear y fortalecer redes institucionales, que permitan la creación de alianzas estratégicas y mecanismos pertinentes de comunicación entre los actores del sector educativo del turismo.
- Crear y fortalecer redes de investigación que permitan generar conocimiento como fuente de información y administración para el mejoramiento de la eficiencia, así como promover una cultura de investigación, grupos y líneas de trabajo pertinentes para el sector.
- Crear nodos de trabajo sectorial (instituciones educativas, empresas, e instituciones públicas) para el debate y reflexión en torno a las realidades del segmento productivo, definición de competencias, habilidades y desempeño, mejores prácticas, entre otros.
- Identificar y vincular organizaciones que se constituyen en fuentes de financiación y apoyo al desarrollo e innovación del subsector educativo del turismo.

4.3. PROYECTOS

Los resultados finales de la operatividad del sistema de gerenciamiento planteado, confluyen en la necesidad de contar con una herramienta integral que facilite el diálogo interinstitucional e intersectorial, público y privado, de los diferentes actores que intervienen o se relacionan con la formación del recurso humano para el turismo como factor primordial para la competitividad del sector.

La finalidad de esta herramienta es que en sí misma se constituya en fuente de conocimiento, de establecimiento de relaciones de comunicación y de observatorio permanente de la evolución del sector turístico; con orientación y direccionamiento hacia la formación de los recursos humanos.

Para su estructura, se conciben los siguientes módulos que se relacionan entre sí en dos grandes proyectos: el ***Sistema Nacional de Información de Educación para el Turismo***; y el ***Centro de Información y Mejoramiento del Recurso Humano***.

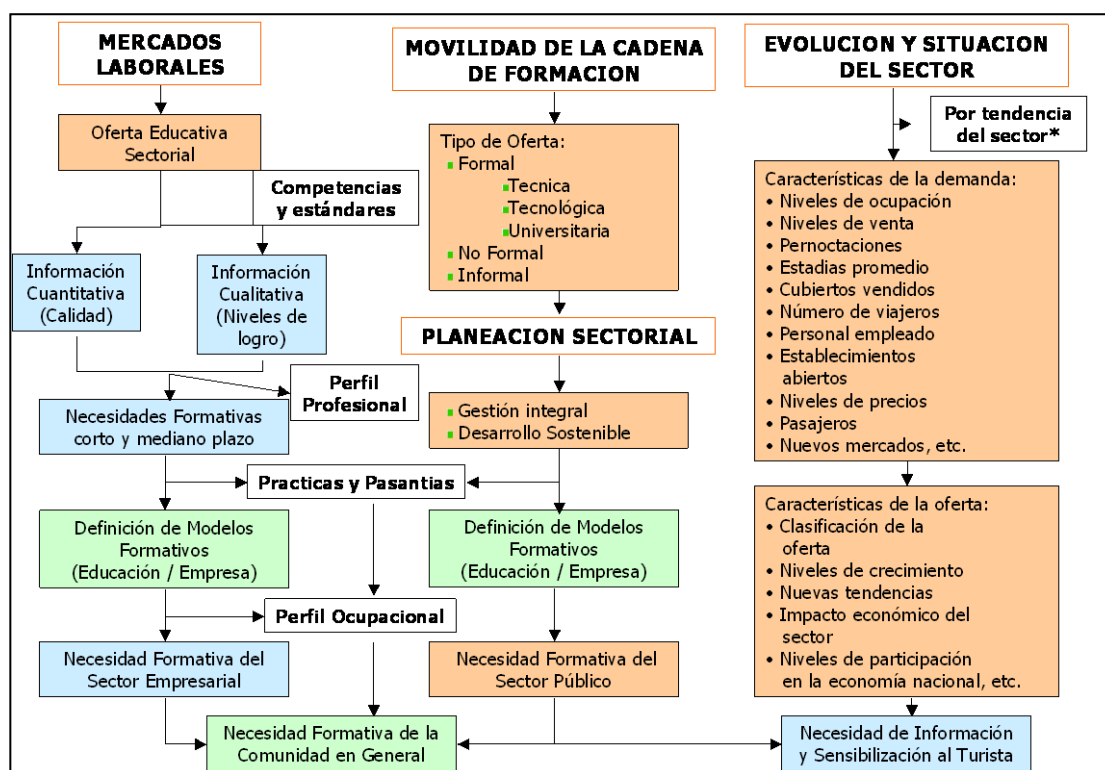
4.3.1 SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE EDUCACIÓN PARA EL TURISMO

El sistema de información se concibe bajo cuatro módulos que se relacionan entre sí:

- ***Mercados laborales:*** basados en el diagnóstico actual de la oferta y la demanda laboral; las tendencias de la educación y la formación turísticas en el siglo XXI; se definen los tipos de información cualitativo y cuantitativo que genera el sector, para consolidarlos, analizarlos y definir las necesidades formativas de corto y mediano plazo, a partir de las cuales se concebirán los modelos formativos que se aplicarán en las Instituciones educativas y en las empresas.
- ***Relación entre la educación y la empresa:*** los resultados de los nodos de trabajo sectorial, se enmarcarán en este ámbito: investigaciones prácticas, foros de encuentro, necesidades de formación, modelos de estudio para intercambio de información; de tal forma que se tenga acceso para su socialización y se generen vínculos entre las fuentes de información en beneficio del sector.
- ***Evolución y situación del sector:*** con el fin de monitorear las variables que definen la oferta y la demanda del sector, se crean dos áreas de información; una con las características de la demanda (consumo de sector empresarial) como: niveles de ocupación, niveles de venta, pernoctaciones, estadías promedio, cubiertos vendidos, número de viajeros, personal empleado, establecimientos abiertos, niveles de precios, pasajeros, nuevos mercados, entre otras variables; otra con características de la oferta (composición del sector empresarial) como: clasificación de la oferta, niveles de crecimiento, nuevas tendencias, impacto económico del sector, niveles de participación en la economía nacional, etc. Del análisis de la relación entre la oferta y la demanda se generará un balance de la situación del sector y su tendencia que le permite a la propuesta educativa, anticiparse a las necesidades del mercado empresarial.
- ***Gestores públicos:*** debido a las características de las instituciones públicas como actores que regulan y contribuyen a la consolidación de algunos procesos dentro

de la dinámica del sector, se hace necesario que en un módulo se fortalezca al sector público del turismo en desarrollo sostenible y en gestión integral.

Cuadro 2. Estructura del Sistema Nacional de Información de Educación para el Turismo



Fuente: elaboración propia

4.3.2. CENTRO DE INFORMACIÓN Y MEJORAMIENTO DEL RECURSO HUMANO

Así mismo, y en concordancia con el objetivo general, el presente Plan Indicativo señala la importancia de bien incorporar al Sistema Nacional de Información, o bien de fomentar entre los actores competentes, la creación de un Centro de Información y Mejoramiento del Recurso Humano para el turismo cuyo objeto buscaría consolidar la información de los sistemas alternos al desarrollo del Plan Indicativo.

Sus bloques permiten la consulta abierta del sector, para sus fines educativos y están conformados de la siguiente forma:

- **Bolsa de empleo sectorial:** desde donde se genera la incubadora de empleo, que disminuye los riesgos que hoy afrontan las pequeñas empresas cuando inician su gestión en el mercado turístico; confluye además la descripción de las mejores prácticas del sector, que se convierten en fuente de conocimiento para las demás empresas.
- **Sistema Nacional de Oferta Educativa:** agrupa las propuestas educativas de extensión a nivel nacional, sus logros, planes de mejoramiento y proyección. Investigación y publicación: Se busca difundir y poner en debate investigaciones y publicaciones de las entidades educativas, así como abrir el diálogo para nuevas propuestas.

BIBLIOGRAFÍA

COLOMBIA. Decreto 2888 de 2007, Por el cual se reglamenta la creación, organización y funcionamiento de las instituciones que ofrezcan el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano, antes denominado educación no formal, se establecen los requisitos básicos para el funcionamiento de los programas y se dictan otras disposiciones.

_____. Ley 1151 de 2007, por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.

_____. Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. Documento CONPES 3397 de 2005 - "Lineamientos para el desarrollo de una política integral para el desarrollo del sector turismo". Bogotá D.C. En línea: <http://www.snc.gov.co/Es/Institucionalidad/Documents/Conpes/3397.pdf>

_____. Visión Colombia II Centenario: 2019 - Propuesta para discusión. En línea: <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Pol%C3%ADticasdeEstado/Visi%C3%B3nColombia2019/tabid/92/Default.aspx>.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Competitividad: El Desafío para alcanzar un turismo de Clase Mundial. Bogotá, 2009.

_____. Foros Temáticos Colombia Compite. Educación y Destrezas Laborales. Turismo de Clase Mundial. Bogotá, 2007.

_____. Plan Indicativo de Formación y Capacitación Turística. Bogotá, 2005. En línea: www.mincomercio.gov.co.

_____. Plan Sectorial de turismo 2008-2010. "Colombia Destino Turístico de Clase Mundial". En línea: www.mincomercio.gov.co.

_____. Política de Calidad Turística. Calidad en la construcción de la Visión 2020 del turismo Colombiano. Bogotá, 2005.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. La Revolución Educativa. Bogotá, 2006. En línea: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85576_archivao_pdf.pdf

_____. Plan Nacional Decenal de Educación 2006 -2016: Los diez temas y sus macro objetivos. Bogotá, 2009. En línea: http://www.plandecenal.edu.co/html/1726/articles-205216_archivo_pdf.pdf

SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA Y ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT. Estudio de la Oferta y la Demanda de Formación de los Recursos Humanos en el Sector Turístico en América Latina – Informe final. Madrid, 2009.

SISTEMA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD. Política Nacional de Competitividad. Informe de seguimiento al CONPES 3527. Bogotá, 2007.