

**DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES DE RECURSO HUMANO DEL
SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA, EN RELACIÓN CON EL PERFIL DE
FORMACIÓN DEL TECNÓLOGO EN TURISMO E IDIOMAS DE LA
INSTITUCIÓN TECNOLÓGICA COLEGIO MAYOR DE BOLIVAR**

**TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN EDUCACIÓN**

Maestranter:

OSORIO GARRIDO, SANDRA LUCÍA

ROMERO DÍAZ, LILIA REGINA

ASESOR:

CD Alvarado Utría Carmen

**UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS
MAESTRIA EN EDUCACION SEGUNDA COHORTE
CARTAGENA
OCTUBRE DE 2012**

**DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES DE RECURSO HUMANO DEL
SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA, EN RELACIÓN CON EL PERFIL DE
FORMACIÓN DEL TECNÓLOGO EN TURISMO E IDIOMAS DE LA
INSTITUCIÓN TECNOLÓGICA COLEGIO MAYOR DE BOLIVAR**

**TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN EDUCACIÓN**

**UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS
MAESTRIA EN EDUCACION SEGUNDA COHORTE
CARTAGENA
OCTUBRE DE 2012**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartagena, Octubre de 2012

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Dios, Nuestro Padre Celestial y guía de todas nuestras acciones.

Nuestros familiares que con su apoyo y paciencia hicieron posible el logro de esta meta.

Doctora Carmen Alvarado Utria, Rectora de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar por su apoyo y asesoría en todos los procesos necesarios para culminar felizmente esta maestría.

Doctora Marly López Jiménez, Coordinadora de la Maestría en Educación de la Universidad Simón Bolívar por su colaboración y comentarios para concretar el presente trabajo.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. CAPÍTULO I	19
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.3. OBJETIVOS	22
1.3.1. General	22
1.3.2. Específicos.....	23
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	23
2. CAPÍTULO II	27
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	27
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	27
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	27
2.1.2. Antecedentes Nacionales	28
2.2. MARCO TEÓRICO	31
2.3. COMPONENTES DE UN CURRÍCULO PARA EL TURISMO	35
2.4. LA FORMACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO	38
2.5. MARCO HISTÓRICO.....	42
2.6. MARCO LEGAL	45
3. CAPITULO III	51
DISEÑO METODOLOGICO	51
3.1. ENFOQUE.....	51

	6
3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.3. FUENTES E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	52
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	54
4. CAPÍTULO IV.....	61
NECESIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA, EN MATERIA DE RECURSO HUMANO	61
4.1. MANUALES DE COMPETENCIAS DEL SECTOR TURÍSTICO CARTAGENERO.....	62
4.1.1. Aspectos del Manual de Competencias del Hotel las Américas Global Resort.....	63
4.1.2. Aspectos del Manual de Procedimiento del Hotel Royal Decamerón	80
4.1.3. Plan Indicativo de Formación en Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo	82
4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	83
4.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS	90
5. CAPITULO V.....	98
RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA TURISMO E IDIOMAS Y LAS NECESIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS.....	98
6. CAPITULO VI.....	107
PROPUESTA DE LINEAMIENTOS PARA LA PROYECCIÓN ACADÉMICA DEL PROGRAMA DE TURISMO E IDIOMAS EN EL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA.....	107

	7
CONCLUSIÓN	122
RECOMENDACIONES	127
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130

LISTA DE GRÁFICAS

GRAFICA 1. Empresas del Sector Turístico donde laboran los egresados

GRAFICA 2. Funciones Realizadas en las Empresas del Sector Turístico

GRAFICA 3. Asignaturas de mayor aporte en su formación

GRAFICA 4. Necesidades de capacitación adicional.

GRAFICA 5. Debilidades en el aprendizaje del Tecnólogo de Turismo e Idiomas

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Plan de Estudios Programa Turismo e Idiomas Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar

ANEXO 2. Entrevista Estructurada Empresas del Sector Turístico de Cartagena de Indias

ANEXO 3. Encuesta a Egresados de Tecnología de Turismo e Idiomas de La Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar

ANEXO 4 Manual de Competencias - Departamento de Talento humano – Hotel Las Américas Global Resort.

ANEXO 5. Manual de Funciones – Agencia de Viajes Mar y Mar

ANEXO 6. Descripción del Cargo Asistente de Receptivo Interno – Agencia de Viajes Contactos L'Alianza.

ANEXO 7. Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

ANEXO 8. Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

ANEXO 9. Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

ANEXO 10. Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

ANEXO 11. Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

ANEXO 12. Entrevista a Directora Comercial de Receptivos de la Agencia de Viajes Contactos L`Alianza

ANEXO 13. Entrevista a Jefe de Aeropuerto de la Aerolínea Avianca

ANEXO 14. Entrevista a Gerente General de la Agencia de Viajes Mar y Mar

ANEXO 15. Entrevista a Jefe de Receptivo y Venta de la Agencia de Viajes Over Rabitt

ANEXO 16. Hotel Playa Club – Egresada 2008 - II

ANEXO 17. Agencia de Viajes Contacto L`Alianza – Egresada 2009-II

ANEXO 18. Agencia de Viajes Contacto L`Alianza - Egresado 2010 - II

ANEXO 19. Agencia de Viajes Contacto L`Alianza – Egresada 2011 - I

ANEXO 20. Aerolínea Copa Airlines – Egresada 2011 - II

RESUMEN

Dentro de la oferta educativa turística de la ciudad de Cartagena de Indias se destaca el programa de Tecnología en Turismo e Idiomas de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar cuyo reconocimiento es evidenciado por las empresas del sector turístico de dicha ciudad al vincular laboralmente, en gran número, egresados de dicho programa.

Lo anterior es una verdad sentida, que motiva a continuar brindando la misma calidad en la educación ofertada desde la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar y en especial desde el programa de Turismo e Idiomas, sin descuidar que este mundo globalizado avanza vertiginosamente y con ello las necesidades que presentan los turistas al momento de emplear su tiempo libre, de ocio e incluso de negocio, lo que obliga a ofertar un programa actualizado y ajustado a las necesidades del momento en el sector turístico tanto a nivel local como nacional e inclusive internacional. Es aquí donde el recurso humano entra a jugar un papel preponderante para la prestación óptima de este servicio, de manera que le garantice su contratación laboral.

La presente investigación tuvo como propósito identificar las necesidades de formación del recurso humano en materia turística en las empresas productivas de este sector, con el fin de potencializar el programa de Turismo e Idiomas

que oferta la ITCMB y con ello responder al sector con un grupo de profesionales capacitados para exceder las expectativas de los clientes.

En concordancia con las variables tenidas en cuenta se aplicaron instrumentos a fuentes directas a través de cuestionarios y encuestas, así mismo se utilizaron fuentes indirectas y para su operacionalización se utilizaron gráficas que permitieron visualizar mejor la información para su análisis.

Palabras Claves: Diagnóstico, formación, sector turístico, egresados

ABSTRACT

The program of Technology in Tourism and Languages of the Colegio Mayor de Bolivar stands out among the touristic educational proposals offered in the City of Cartagena de Indias, and this recognition is made evident because the companies of the tourist trade of the city have continuously employed a great number of graduates of the said program.

The preceding is a true fact that compels the Technological Institution Colegio Mayor de Bolivar to continue offering the same quality of education and specially the program of Tourism and Languages, taking into account that this globalized world moves forward vertiginously and with that also moves the requirements presented by the tourists to use their free time for leisure or including for business. The preceding facts forces the institution to offer an up to date program adjusted to the needs of the present time of the local, national and international tourism. In this context where the human resources enter to play an important role in lending an optimus service, so that this optimun service guarantee the possibility of a labor contract.

The present research was intended to identify the educational training in tourism subjects required by the human resources in tourism in order to work for the productive enterprises of the tourism sector. This also is intended to improve the program of Tourism and Languages offered by the Technological

Institution Colegio Mayor de Bolívar by means of a group of professionals capable to exceed the capabilities of the clients.

According to the variables taken into account, instruments were applied to direct sources by means of questionnaires and opinion polls, as well as indirect sources and graphs were used to better visualize the information to be analyzed.

Key Words: Diagnosis, training, tourist sector, graduates.

INTRODUCCIÓN

El trabajo se inscribe en la línea de investigación: Prácticas Curriculares, Pedagógicas, Evaluativas y Procesos de Acreditación, formulada en el programa Maestría en Educación, para contribuir con ella al desarrollo y fortalecimiento de los diferentes programas del área y de las temáticas relativas al tema de educación.

La investigación consultó actores del sector turístico de la ciudad de Cartagena, con el fin de conocer sus requerimientos laborales para la selección de personal y lo que ellos consideran como fortalezas y debilidades de sus actuales empleados, en gran mayoría egresados de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar (ITCMB de ahora en adelante), una institución de educación superior con gran trayectoria en la ciudad, con el fin de proponer ajustes de nivel académico en el plantel, buscando un balance entre la realidad laboral que el estudiante encontrará en su vida de graduado y las competencias impartidas por la institución.

Se realizó trabajo de archivo y de campo, con empleadores del sector turístico de la ciudad y egresados del programa de Turismo e Idiomas, guiado por el objetivo general que apunta a Caracterizar las Necesidades del Sector Turístico, en relación con el recurso humano requerido en las diferentes áreas de desempeño, a nivel tecnológico, para el establecimiento de lineamientos

que fortalezcan la formación de los profesionales del área de turismo de la ITCMB.

Este informe final presenta los resultados de la investigación organizados en seis(6) capítulos así:

El primer capítulo plantea el Problema de Investigación desde las ideas centrales que guiaron la investigación tales como, descripción, planteamiento y sistematización del problema de investigación. En él se trabajaron además los objetivos, general y específicos para finalizar con la justificación dando así la visión completa de lo que se pretendía y las razones de la elección del tema.

El marco teórico conceptual se presenta en el segundo capítulo desde el sustento teórico que da soporte a las reflexiones sobre las calidades que tiene que alcanzar el recurso humano que se prepara para trabajar en el sector turístico. Contiene el mencionado capítulo los antecedentes investigativos que ayudaron a delimitar los aspectos a estudiar en la investigación que se adelantó, así como los referentes teórico-conceptuales, históricos y legales que han sido construido por estudiosos del tema para dar soporte al mismo.

El capítulo tres describe el diseño metodológico, plantea la forma en que se adelanta la investigación, señalándose en él los instrumentos usados, las fuentes consultadas, el nivel de la investigación y la población y muestra.

En el cuarto capítulo se presenta el diagnóstico de las necesidades del sector turístico, ejemplificadas en manuales de operaciones de los hoteles Las Américas Global Resort, Playa y Royal Decamerón; y los requerimientos laborales de las agencias de viaje Mar y Mar, Aviatur, Over Rabbit y Contactos L'Alianza; y la aerolínea Avianca. Todas empresas representativas del sector turístico, por su larga trayectoria en la ciudad y como principales fuentes de empleo para los egresados de la ITCMB, adquiridas por medio de entrevistas con los administrativos de las mismas. Se le dio especial énfasis a las competencias requeridas y desempeño de funciones, con el fin de determinar la pertinencia del perfil del egresado y del programa académico actual. Así mismo, se aplicaron encuestas a egresados del programa entre los años 2008 y 2011, con el fin de identificar los campos laborales, las fortalezas y debilidades de su formación.

En el capítulo cinco se comparan los requerimientos encontrados en el capítulo anterior con los perfiles curriculares del programa de Turismo e Idiomas, dando cuenta de los aspectos más sobresalientes de los egresados, así como los aspectos a mejorar dentro del plan de estudio y los contenidos mínimos que se desarrollan en las asignaturas del programa.

Finalmente en el capítulo seis último de la investigación se presentan las propuestas de mejoramiento para el programa de acuerdo con lo identificado previamente.

La presente investigación es un ejercicio de revisión y una herramienta para el mejoramiento de la calidad del programa Tecnología en Turismo e Idiomas de la ITCMB, la cual permitirá mantener el posicionamiento del programa dentro de la oferta académica en turismo de la ciudad de Cartagena y la región Caribe, al mismo tiempo ratificará a la Institución como líder del proceso de formación en turismo, lo que redundará en la demanda de sus egresados por parte de las empresas turísticas.

Es importante resaltar que dentro de la investigación adelantada se pudo evidenciar la preferencia de los egresados del programa de Turismo e Idiomas en el sector turístico cartagenero y la proyección de los mismos a nivel nacional e internacional, como queda demostrado en el trabajo adelantado por el Observatorio del Mercado Laboral de Cartagena y Bolívar en donde los egresados del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, ocupan el 58.3% de la oferta laboral de las empresas del sector turístico.

1. CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los requerimientos laborales actuales del sector turístico de la ciudad de Cartagena, reflejan las necesidades de su acelerado crecimiento en los últimos años. Este crecimiento hace necesario la adquisición de nuevas competencias, conocimientos y habilidades que deben poseer los profesionales formados en turismo para poder seguir siendo competitivos en dicho mercado.

Hoy en día las empresas turísticas de todo tipo identifican el componente del recurso humano o talento humano como se le conoce actualmente, como eje central de sus operaciones. La inversión en el entrenamiento y satisfacción del empleado poco a poco ha pasado a convertirse en prioridad en el mundo industrializado, en una tendencia que ha encontrado cabida en los países en vías de desarrollo, identificando un incremento en la diversificación y refinación de su oferta turística, un factor clave para el progreso, otorgando prioridad a la calidad por encima de la cantidad, ya que de ella depende el nivel del servicio prestado y la satisfacción del cliente que en la actualidad tiene gustos más variados y también más exigentes. Es en el centro de este cambio donde se encuentra el personal calificado, ya que de su preparación dependerá la

capacidad de una empresa para cumplir con la demanda del turismo del siglo XXI que no solo es mayor en número sino también en variedad de intereses.

La ciudad ha vivido cambios relacionados con una mayor afluencia de turismo, procedente de Colombia y de diferentes países del mundo, haciendo esto que converjan una diversidad de culturas que demandan que Cartagena se prepare para una atención adecuada; además de un incremento poblacional y una apertura internacional hacia el comercio.

No obstante lo anterior, muchas dinámicas laborales, educativas y económicas, así como aspectos de su vida cotidiana se han movido a remolque de tales cambios, sin posibilidad de anticiparse a ellos. Tal retraso, genera un desfase entre la oferta laboral y las competencias adquiridas por los cartageneros que pretenden obtener un empleo en el sector. Lo anterior lo evidencia el señor Alcalde de Cartagena doctor Campo Elías Teran Dix, en uno de los apartes del discurso que emitió durante la instalación de la Auditoría para la Certificación de la Ciudad como Destino Turístico Sostenible por parte del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) el 28 de marzo de 2012, en donde se analizaron los ámbitos, económicos, sociales y ambientales de acuerdo con la Norma Técnica Sectorial NTS – TS 001-1, expedida por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo “sin lugar a dudas una de las maneras de cerrar la brecha de la pobreza en Cartagena es con el turismo y por ello nuestra administración apoyará todas las iniciativas que

fortalezcan este sector y de paso le den formación y trabajo al pueblo cartagenero”

Atendiendo, a estas exigencias, desde el programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, en su revisión del PEP se mencionan cambios al currículo, realizados en el año 2006, que reflejan pertinencia con algunos de los rumbos que dicho crecimiento implica; de igual manera se encontraron cambios realizados al plan de estudios, a partir de necesidades institucionales. Sin embargo, con el propósito de que los estudiantes y egresados cada vez sean más competitivos se hace necesario que el currículo se mantenga actualizado para responder de mejor manera a las exigencias de una ciudad turística, como Cartagena, que cada día es más visitada por nacionales y extranjeros más exigentes, convirtiendo lo que antes era suficiente y adecuado en escaso y obsoleto, obligando a la Institución y en especial al programa de Turismo e Idiomas, no solo a expandir sus áreas de enseñanza sino también a buscar nuevas formas de aprendizaje.

A partir de lo anteriormente expuesto, el grupo investigador plantea la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los principales requerimientos en materia de conocimientos y competencias laborales del sector turístico de Cartagena, representado en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas, que deben ser incluidos en el perfil de formación de los tecnólogos en Turismo e Idiomas de la ITCMB?

1.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1. ¿Qué conocimientos y habilidades de nivel tecnológico requiere tener el recurso humano que se desempeña en el sector turístico, representado en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas de Cartagena?
2. ¿Responden las competencias obtenidas por los estudiantes de Turismo e Idiomas a los requerimientos laborales del sector turístico, representado en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas de la ciudad de Cartagena, en el cual desarrollarán su vida profesional?
3. ¿Qué elementos deben incluirse en una propuesta de lineamientos para fortalecer el programa de Turismo e Idiomas, de manera que responda a los requerimientos del sector turístico, representado en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

Caracterizar las necesidades del sector turístico de Cartagena de Indias, representado en Hoteles, Agencias de viajes y Aerolíneas, en relación con el recurso humano requerido en las diferentes áreas de desempeño, a nivel tecnológico, para el establecimiento de lineamientos que fortalezcan la formación de los profesionales del programa Turismo e Idiomas de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar.

1.3.2. Específicos

- 1. Identificar a través de un diagnóstico en el sector turístico de Cartagena, representado en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas, los conocimientos y habilidades que éste requiere del recurso humano, a nivel tecnológico.**
- 2. Relacionar los resultados del diagnóstico con el perfil de formación propuesto en el programa Turismo e Idiomas.**
- 3. Elaborar una propuesta de lineamientos de proyección académica del programa de Turismo e Idiomas, orientada a darle pertinencia y competitividad en el marco de la oferta educativa- turística actual.**

1.4. JUSTIFICACIÓN

Cartagena de Indias, capital del Departamento de Bolívar, está ubicada al noreste de Colombia es uno de los destinos turísticos más destacados de Colombia y del Caribe.

Declarada Distrito Turístico y Cultural en el año 1991, Cartagena de Indias es un centro urbano que maravilla e invita a todos a disfrutarla, ya sea recorriendo todos sus monumentos o caminando por sus playas.

La ciudad también conocida como “La Heroica”, encierra un mundo de historia y romanticismo, lo que se puede evidenciar en sus calles, atardeceres, arquitectura y en sus murallas. El Centro Histórico de Cartagena de Indias fue declarado Patrimonio Nacional de Colombia en el año 1959 y, luego, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1984, lo que la hace atractiva no solo para los locales sino también para turistas nacionales y extranjeros y la convierte en un excelente destino para diferentes clases de turismo como: turismo recreativo, turismo de negocios, religioso, de sol y playa, cultural, deportivo, entre otros.

Una ciudad con las características mencionadas anteriormente, constituye el contexto ideal para formar profesionales en turismo que puedan afrontar los retos de un mundo globalizado y de una actividad económica que cada día es más importante a nivel mundial y en especial en Cartagena, en la cual se encuentra localizada la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar que ofrece desde hace más de 40 años un programa en el área de Turismo.

Un trabajo de investigación que aborde la formación del talento humano es de vital importancia para diferentes sectores del ámbito turístico de la ciudad y en varios niveles. En el nivel de relación entre lo académico y laboral, la presente investigación además de potencializar y hacer pertinente el programa de Turismo e Idiomas ofertado por la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar, permite que el sector turístico asuma un rol activo en la determinación

de las competencias que debe dominar un profesional en el área de turismo, participando en la definición del perfil de formación de los futuros profesionales que puedan hacer parte de su organización, lo que redundaría no solo en un beneficio para la empresa de poder contar con personal altamente calificado para el desempeño de las funciones en las diferentes áreas de ocupación, sino que permitirá que el estudiante se forme en un programa que responda a los retos del sector turístico para el siglo XXI y una vez salga al campo laboral tenga una mayor posibilidad de incorporarse a las empresas, para lograr confrontar la teoría académica con el ejercicio profesional.

Mantener el exitoso posicionamiento laboral de los egresados del Programa de Turismo e Idiomas representará un beneficio incremental para el buen nombre de la Institución, para lo cual el diagnóstico que se realizó en esta investigación aporta elementos importantes para la consecución de tal fin.

Este ajuste en la enseñanza impartida a los estudiantes, que propende por un rumbo más actualizado y práctico hacia su desempeño laboral, también se constituirá en un motor de cambio en la manera como se está formando a profesionales en turismo y la forma como se estudia este campo hoy en día en la ciudad, ya que incluye un componente científico de aplicación del análisis de datos obtenidos, en un sector muy necesitado de revisiones académicas.

Del mismo modo, la realización de esta investigación y su respectivo trabajo de interpretación de fuentes, permite a las autoras establecer una conexión directa entre sus propias competencias como docentes y el impacto de éstas en un sector muy importante de la economía local como lo es el turístico. Esto se logra evaluando qué tanto sus estudiantes aplican los contenidos aprendidos en las aulas durante su período de estudio de pregrado, así como el desempeño de los mismos registrados por las empresas turísticas que los emplean y cómo el sector percibe la calidad del talento humano que egresa constantemente de la ITCMB con el título de tecnólogo en Turismo e Idiomas.

Del mismo modo, tal diagnóstico no solo les permitirá ajustar sus temas de clase a las realidades laborales, sino también sugerir a las instancias administrativas de la Institución cambios estratégicos, para responder de manera más pertinente a la realidad del sector laboral turístico.

2. CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para profundizar en la investigación y determinar la pertinencia de la misma se realizó un rastreo de la literatura existente sobre el tema objeto de estudio, focalizado fundamentalmente en trabajos nacionales e internacionales.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Flores T., Valderrama M. (2002) "Trabajo y Formación Profesional en Turismo: Reto Compartido entre la Universidad y la Empresa" Este documento se desarrolló a partir de la investigación realizada por los estudiantes y profesores investigadores de la Universidad Autónoma de México denominada "Detección de Oportunidades de Empleo para el Egresado de la Licenciatura en Turismo dentro de la Restaurantería en Tijuana, México", dicha investigación le permitió a los investigadores obtener información sobre las oportunidades de empleo que existen para los egresados de esa universidad en el campo de la restaurantería como un sector emergente del turismo y las competencias de formación que dominan dichos egresados, comprobando así el valor que tienen este tipo de trabajo investigativo tanto para los sectores turístico como académico.

Para efectos del presente trabajo, esta investigación proporcionó un gran aporte al tema objeto de estudio de las autoras, puesto que permite evidenciar la relación estrecha que debe haber entre la empresa y la academia, con el fin de determinar las verdaderas competencias y necesidades de formación de los egresados de programas de Turismo fortaleciendo el proceso enseñanza-aprendizaje.

No obstante lo anterior, las autoras consideraron pertinente ahondar un poco más en la temática, relacionada con el estudio del sector turístico, debido a la amplitud de dicho sector y las especificidades para cada puesto de trabajo, por lo que se consultó a Sanchez P.(2003), en una de las obras más influyentes de los últimos años, "Educando Educadores en Turismo", una obra que aborda el problema de la preparación del personal destinado a trabajar en los servicios turísticos desde el punto de vista metodológico y de la docencia, enfocándose en la estrecha relación que existe entre la calidad de la educación que recibe el personal y la calidad del servicio que finalmente este brindará al turista, por lo que el contenido de dicho texto sirve de referencia para medir la calidad de las Instituciones de Educación - IES que cuentan con facultades de turismo como es el caso de la ITCMB.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Entre los estudios desarrollados a nivel nacional es importante mencionar el Trabajo de Grado para optar el título de Administrador de Empresas Turísticas

y Hoteleras "Educando para el Turismo", de Becerra R. y Becerra H. (2008), que detalla cómo los cambios en los procesos económicos del país se convierten en una de las principales influencias para los cambios académicos, todo esto en el ámbito turístico, durante parte de la primera mitad del siglo XX y toda la segunda mitad del mismo.

En el ámbito de Cartagena el Observatorio del Mercado Laboral de Cartagena y Bolívar desarrolló un estudio titulado: "Inclusión Productiva en el Sector Turístico de Cartagena de Indias" en el que usando la relación oferta-demanda, analizó la oferta de mano de obra relacionada con el turismo, de acuerdo con la difícil realidad de pobreza que vive la mayoría de la población de la ciudad, muy necesitada de esta fuente de empleo, pero al mismo tiempo poniendo en evidencia sus bajos niveles de preparación para el desempeño de dichas tareas de acuerdo a los estándares del sector mismo.

Otro documento consultado y que reviste gran importancia por el impacto que tuvo en la costa Caribe colombiana tiene que ver con el trabajo realizado en la primera década del siglo XXI, por la Alianza Turismo Caribe, que adelantó una serie de investigaciones para identificar las necesidades de formación de toda la región Caribe colombiana, en el ámbito turístico e incrementar la calidad y cobertura de la educación. Este macro trabajo arrojó vital información sobre los niveles de empleabilidad del personal egresado de las instituciones con programas de turismo, así como los niveles de conocimiento previo que

componen el perfil de un aspirante a estudiar turismo, evidenciando grandes necesidades en la región a nivel técnico y tecnológico.

La Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar forma parte de la Alianza Turismo Caribe, anteriormente mencionada, la cual fue conformada para el Fortalecimiento de la Formación Técnica y Tecnológica y el Desarrollo Productivo en Turismo para la Costa Caribe Colombiana, proyecto CONPES, de la cual hacen parte varias universidades de la región Caribe. Como consecuencia de ello la ITCMB "ha estado trabajando en la proyección del programa de Turismo, del 2007 al 2009, la organización de la oferta académica en Turismo por ciclos propedéuticos. Este trabajo arrojó como resultado el ciclo Técnico en Operación Turística y el Tecnólogo en Gestión Turística, los cuales fueron presentados a pares académicos del Ministerio de Educación en el primer semestre de 2009, obteniendo registro calificado para ambos programas (PEP).

La alcaldía de Cartagena junto con la Corporación Turismo Cartagena de Indias propuso, para solucionar las falencias en la preparación del personal y solventar el grave problema de empleabilidad de Cartagena de Indias, un acuerdo con las IES de la ciudad que ofrecen carreras relacionadas con el turismo, entre ellas la ITCMB, denominado "Alianza Turístico - Académica", que busca no solo mejorar las condiciones laborales, sino también fomentar la

investigación en el área para “pensar el turismo”, un ejercicio reflexivo muy necesitado en la ciudad.

2.2. MARCO TEÓRICO

EL SECTOR TURÍSTICO COMO SECTOR DE SERVICIOS: CONCEPTOS Y COMPONENTES

Sin duda hay que adelantar el ejercicio de encontrar los vínculos que deben existir entre el sector turístico-económico, que demanda ciertas condiciones de sus empleados, y el sector académico que debe responder a estas demandas con una educación pertinente que vaya de la mano con las realidades laborales actuales. Por ello se trabaja y analiza en este documento, teóricos que han avanzado en la reflexión de dichos vínculos, no sin antes establecer una aproximación a la realidad del turismo actual, tanto a nivel internacional como nacional.

OMT (2002), Afirma que el turismo internacional sigue siendo una de las industrias más prósperas de las últimas décadas. Salvo fluctuaciones leves, ocasionadas por acontecimientos relacionados con el terrorismo o por catástrofes naturales, su ritmo de crecimiento ha sido constante el turismo colombiano, a su vez, viene experimentando un proceso de crecimiento que no se había registrado en décadas anteriores.

De acuerdo con el Plan Sectorial del Turismo (2008 – 2010) “Colombia, Destino Turístico de Clase Mundial”, durante los últimos años, el desarrollo de políticas turísticas ha sido factor fundamental para mantener un esfuerzo sostenido hacia la consolidación de Colombia como un país con un destino turístico bien estructurado y con buenos niveles de competitividad y en él se recogieron las iniciativas formuladas en el Plan Nacional de Desarrollo del período, formuladas bajo el lema: *“Estado comunitario: desarrollo para todos”* , que se propuso como objetivo: “(...) “mejorar la competitividad de los destinos y de los productos turísticos de tal manera que las diferentes regiones y el país en general perciban un aumento sustancial de sus ingresos, se incremente la participación de las comunidades en la prestación de los servicios turísticos, se contribuya a la generación de riqueza cuya distribución equitativa se haga palpable en la mejora de la calidad de vida de los residentes”.

“Para poder desarrollar este proceso de mejora de la competitividad, los destinos turísticos de Colombia deben trabajar en crear las verdaderas ventajas en el esquema de lo que se conoce como la tríada regional: conectividad, compromiso cívico y calidad de vida”. Plan Sectorial de Turismo (2011 – 2014).

Ciertamente, mantener el posicionamiento en este contexto cada vez más competitivo, demanda tanto fortalecer las estructuras e infraestructuras turísticas como diversificar la oferta. Sin embargo, estos elementos por sí solos no son suficientes, sino que se requiere, sobre todo, que el servicio sea

prestado con calidad, ya que el turista de hoy en día es mucho más exigente que el de hace unas décadas, pues espera que sus expectativas sean superadas, que sus necesidades sean satisfechas en todas sus dimensiones, pero sobre todo sean satisfechas con calidad, constituyéndose el servicio y la forma como éste se presta, en la variable diferenciadora.

La oferta turística como uno de los componentes claves del turismo, se ha ido revitalizando en todos los países donde la actividad turística es uno de los renglones fuertes de la economía. En el mismo Plan Sectorial (2011 – 2014), se afirma que “Esta oferta la integran por una parte, el conjunto de atractivos turísticos, los cuales requieren el soporte de infraestructura para la conectividad aérea, terrestre, telecomunicaciones, seguridad y servicios de salud, y de otra parte, la oferta de servicios en los que el capital humano, sus competencias y destrezas, las empresas y los encadenamientos productivos, son el complemento necesario para el fortalecimiento de los destinos”.

Definitivamente, el recurso humano turístico está vinculado estrechamente con la calidad del producto turístico y el cumplimiento o no de las expectativas que el consumidor-turista percibe, de tal modo que el éxito de estas empresas está unido a la capacidad de sus trabajadores, como lo plantea Bañuls, A. (2009), en su artículo “El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas”.

En este orden de ideas, como lo enuncia Savignac, A., Secretario de la OMT (1995), en el prologo del libro Educando Educadores en Turismo,

(...) existe la necesidad de mejorar el sistema educativo actual en el marco más amplio de competitividad global de la industria turística, resaltando el papel fundamental de los educadores turísticos. Efectivamente en el contexto descrito, resulta evidente que la cualificación de los recursos humanos involucrados en el sector turístico – en el que existe una gran interacción personal entre el empleado y el consumidor – es un factor clave para lograr la satisfacción del turista y, por lo tanto, el éxito de una empresa o destino turístico. La educación turística debe, haciéndose eco de las exigencias actuales del sector, ser capaz de adecuar la capacidad y conocimiento del capital humano, a los requerimientos del entorno profesional real, a través de una formación de calidad”.

Indudablemente, para lograr una formación turística de calidad, es oportuno fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo, como lo establece el Plan de Desarrollo Turístico (2011-2014), toda vez que el entorno laboral está demandando especialistas cada vez más preparados, con movilidad por todo el sector, con ventajas competitivas en las empresas, los productos y servicios que se ofertan, al mismo tiempo que con buenas actitudes y conductas y con altos niveles de responsabilidad social.

Como dice Peterson (2004) "Hoy en día lo que más se necesita es de personal preparado, con habilidad intelectual, con ideas originales sobre nuevos productos, novedosas adecuaciones, nuevos servicios al cliente entre otros aspectos, con conocimiento sobre las nuevas filosofías de información y administración. En un mundo globalizado donde, el recurso humano es autor del éxito o fracaso de las compañías para convertirse en el más importante, del que depende el futuro".

"El capital turístico se puede definir como la cantidad de conocimiento técnico y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo. Esta formación en el trabajo la adquiere el individuo, bien a través del aprendizaje derivado de la experiencia en el desempeño de su puesto, bien de la formación específica recibida".

2.3. COMPONENTES DE UN CURRÍCULO PARA EL TURISMO

El tema del currículo es importante en esta investigación, sin ser el objeto de trabajo de la misma, ya que es el componente académico que debe y tiene que responder por la preparación, en este caso del tecnólogo de la ITCMB en el Programa de Turismo e Idiomas, por ello un aparte significativo en este documento.

El currículo desde su historia es un referente fundamental de indagación y reflexión para el desarrollo de lineamientos de una propuesta curricular, el cual ha tenido numerosas acepciones y por ello numerosas definiciones.

Algunos autores lo definen como un término polisémico, aunque la mayoría coinciden en que subyace la idea de planificación en cuanto a previsión anticipada, es el caso de Inlow (1966), citado por Díaz, F. en su libro "Didáctica y currículo: un enfoque constructivista", quien afirma que el currículo es "el esfuerzo conjunto y planificado de toda la escuela, destinado a conducir el aprendizaje de los alumnos hacia resultados de aprendizaje predeterminados" y Wheeler (1976), que indica: "Por currículo entendemos las experiencias planificadas que se ofrecen al alumno bajo la tutela de la escuela". En el proyecto curricular de cualquier Institución Educativa, la planeación juega un papel determinante que debe ser concebida como un proceso permanente que conlleve a la mejora continua de dicho proyecto educativo.

De igual manera, Gimeno S. (1988), considera que el "Currículo es el eslabón entre la cultura y la sociedad exterior a la escuela y la educación, entre el conocimiento o la cultura heredados y el aprendizaje de los alumnos, entre la teoría (ideas, supuestos y aspiraciones) y la práctica posible, dadas unas determinadas condiciones. El currículo es la expresión y la concreción del plan cultural que una institución escolar hace realidad dentro de unas determinadas condiciones que matizan ese proyecto". Siendo esta definición con la que el

grupo investigador se identifica, atendiendo que se hace necesario conocer los requerimientos del sector turístico (sociedad exterior) para poder dar respuestas a los mismos a través de la formación de personas altamente calificadas con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

El programa de Turismo e Idiomas por su parte, para su propuesta curricular toma como referente a Magendzo (1991), quien concibe el currículo como un “proceso mediante el cual se selecciona, organiza y distribuye la cultura que debe ser aprendida”, es por ello que en el PEP enuncian “el programa de Turismo e Idiomas realiza un ordenamiento de los contenidos y actividades en torno a núcleos temáticos por semestres, de tal manera que las asignaturas se integren alrededor de un eje común de formación y no sean un listado inconexo de cursos en donde se disperse el propósito de formación”, enunciados que las autoras de la investigación comparten porque según Iván Chopitea Chávez, docente de postgrado en Turismo, derecho y pedagogía por más de 10 años en Bolivia, en su texto “Fundamentación Pedagógica para Propuestas Curriculares Educativas” y referenciando a Taba (1999), manifiesta que “La propuesta o modelo curricular, acentúa la necesidad de elaborar los programas escolares, basándose en una teoría curricular que se fundamente en las exigencias y necesidades de la sociedad y la cultura”.

Los diferentes autores ponen de manifiesto la exigencia de involucrar a todos los actores del proceso enseñanza-aprendizaje, entre el que se destaca la

“sociedad exterior”, lo que conlleva a dar pertinencia a las propuestas educativas, lo que fortalece la presente investigación cuyo fin es contribuir, precisamente, a darle pertinencia al programa previamente referenciado. Las acepciones de currículo presentadas brindan elementos significativos que permitieron confrontar el currículo del programa de Turismo e Idiomas con las necesidades de las empresas de turismo en la ciudad de Cartagena.

Retomando el tema del currículo para la investigación que se adelantó hay que precisar que éste, además está definiendo y construyendo el perfil personal, profesional, ocupacional, las competencias y las prácticas que adelantarán los estudiantes para su formación. El currículo en esta investigación fue un elemento esencial que permitió concluir qué tanto está respondiendo a las necesidades y exigencias que el sector turístico hace a la academia.

2.4. LA FORMACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO

Cartagena de Indias es reconocida por la revista inglesa Wanderlust, una de las más prestigiosas publicaciones de viajes en Europa, “como una de las 10 mejores joyas turísticas del mundo para visitar” lo cual demuestra que la ciudad se ha ido posicionando como un destino turístico de primer orden por parte de turistas nacionales e internacionales, y para estar al unísono con las exigencias internacionales debe propender por poseer un talento humano calificado en turismo que sea capaz de satisfacer los requerimientos de los turistas.

La formación específica que necesita este profesional está enmarcada por unas competencias específicas para el rol que desempeña en su puesto de trabajo, las cuales únicamente las puede definir el empleador y las instituciones de educación en la medida en que estén frente a frente con la empresa, sean reflexivas y propositivas. Es por ello que la participación de las empresas en el proceso de formación del talento humano se convierte en una herramienta importante. De manera que las instituciones de educación superior han reconocido la importancia de mantener una relación estrecha con el sector, lo que les permite ir realizando actualizaciones en cuanto a los contenidos de los programas y con ello responder a las necesidades actuales de la población y la empresa a través de los profesionales que forman; esto a su vez es una condición de calidad que deben atender los programas académicos, tal como lo establece el Decreto 1295 de 2010 en su artículo 5.6.: "Relación con el sector externo. La manera como los programas académicos esperan impactar en la sociedad".

Con base en lo anterior y en aras de mantenerse en un nivel competitivo y de calidad la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar, que hace parte del inventario de instituciones educativas que en la ciudad y el país ofertan programas de turismo, debe atender con rigurosidad las normas educativas establecidas para tal fin. Cartagena de Indias y sus instituciones de educación superior deben desempeñar un rol trascendental no solo en la formación de

profesionales sino en el de proponer nuevos espacios competitivos al sector del turismo.

Es por eso, que desde la institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar, el grupo investigador pretende identificar las necesidades actuales del recurso humano del sector hotelero, de agencias de viajes y aerolíneas de la ciudad de Cartagena el sector, para responder a los niveles de preparación, habilidades y capacidades de los egresados en turismo que permitan su exitosa vinculación laboral.

Esto señala la relevancia que tienen las instituciones educativas en la consecución de los objetivos de los diferentes agentes del sector turístico, como las compañías hoteleras, los operadores turísticos, las políticas gubernamentales a nivel local, regional y nacional.

Esta investigación partió de la premisa que una formación turística con calidad requiere de la convergencia de los diferentes agentes del sector turístico que pongan de presente las necesidades educativas para el desarrollo y fortalecimiento del sector.

En esta perspectiva se considera que para lograr la calidad del capital profesional que se ofrece, se hace necesario hacer un estudio de las necesidades educativas que el sector turístico demanda, ya que es en ese

espacio donde confluyen profesionales como agentes turísticos, nuevas rutas turísticas, novedosas infraestructuras, empresas turísticas, patrimonios materiales e inmateriales, redes hoteleras y nuevas formas de concebir el turismo, entre otras.

Trabajando en esta perspectiva se guarda coherencia con lo establecido por el Plan Sectorial del Turismo (2011 – 2014), cuando establece que es necesario conocer las necesidades de formación, fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.

Sin duda, para mantener el posicionamiento en este contexto que cada vez se ha vuelto más competitivo se hace necesario que además de fortalecer las estructuras e infraestructuras turísticas, se piense en la importancia que tienen las instituciones encargadas de formar al profesional en turismo, del cual se requiere un perfil con altos niveles de responsabilidad social, demandando especialistas cada vez más preparados, con movilidad por todo el sector, con ventajas competitivas en las empresas, los productos y servicios que se ofertan, al mismo tiempo que con buenas actitudes y conductas. Por todo lo anteriormente expresado, es importante analizar hasta donde los niveles de preparación del capital humano que labora en este sector coadyuva al fortalecimiento y empoderamiento del turismo en la ciudad de Cartagena, pregunta esta que guía a otra investigación.

2.5. MARCO HISTÓRICO

La oferta académica del Programa de Turismo de la ITCMB se remonta a los años 60 y su evolución ha ido de la mano con los cambios sufridos por la misma Institución, la cual respondiendo a normas gubernamentales y necesidades del contexto ha rediseñado sus programas. En respuesta a lo anterior, el Programa de Turismo ha ido cambiando su denominación y con ello su propuesta curricular, es así como se inicia con la Escuela de Idiomas cuyo objetivo era abrir las puertas a la formación y preparación de la mujer cartagenera. Para esta época, más exactamente en el año 1964 se forma un grupo de traductoras. Esta información fue tomada del Trabajo de Grado “Desarrollo Histórico del Currículo en los Espacios de Formación Femenina, Caso Colegio Mayor de Bolívar 1947 – 1970 en el Caribe Colombiano”.

Posteriormente, según reza en el trabajo de grado previamente referenciado, se da inicio al programa de Turismo, que consistía en un curso breve que tenía como objetivo, crear interés por estos estudios y ampliarlos en el futuro, hasta establecer la carrera de Técnico en Turismo. El plan de estudios que se seguía, fue autorizado por el Ministerio de Educación y la Corporación de Turismo y División de Servicios Turísticos.

Más tarde, en 1970 se eleva la categoría de la institución a Educación Superior y en 1977 se aprueba por parte del ICFES el programa de Traducción

a través de la Resolución 159 del 19 de enero, con una duración de seis semestres (trabajo de grado Desarrollo Histórico del Currículo en los Espacios de Formación Femenina, Caso Colegio Mayor de Bolívar 1947 – 1970 en el Caribe Colombiano, 2011).

González, G. (2005), en “La evolución del turismo en el Caribe en los últimos veinte años”, afirma que en la década de los ochenta, el turismo presentó un crecimiento importante a nivel mundial, pero sobre todo en la región Caribe presentando una tasa de crecimiento anual del 5.2% de los turistas que visitaron la región en el período comprendido entre 1980 y 2000, superior al promedio mundial, que fue de 4,5%, lo cual coincide con la transformación del Colegio Mayor en Institución Tecnológica y en 1981, con la aparición del programa de Traducción Turística, como respuesta al creciente requerimiento de personal calificado en esta área, producto de la diversificación de la demanda turística.

En el año 2000 se llevó a cabo una investigación con el sector productivo y egresados que permitió actualizar el programa vigente, dando como resultado un rediseño curricular que permitió el cambio de denominación de Traducción Turística a Turismo e Idiomas.

Ajustándose a la legislación nacional, en el año 2006 se presentó por parte de la Institución el programa con los rediseños correspondientes para recibir el

registro calificado que permitiera continuar ofertándolo, obteniendo dicho registro por un periodo de siete años, que se cumplen en el 2012.

Para dar respuesta a directivas institucionales y políticas nacionales, el Programa de Turismo e Idiomas introduce cambios en el plan de estudio orientada a las áreas de investigación, turismo e Idiomas.

Actualmente el perfil ocupacional del programa, proyecta a los egresados como Recepcionistas o Jefes de Recepción de hoteles o empresas turísticas en general, Asistente o Asesor de Ventas de productos turísticos, Hostess en cruceros o restaurantes internacionales, Guía Turístico entre otros, que buscan dar respuesta a las necesidades del sector turístico en sus diferentes áreas de desempeño.

Por otro lado, los avances científicos y tecnológicos del mundo, inciden de manera notoria en la manera de pensar y de hacer los negocios, así como en los motivos para viajar y el uso del tiempo libre, lo que a su vez tiene repercusión en el manejo del turismo por parte de los hoteles, las agencias de viaje, las empresas de congresos, entre otras.

Es entonces perentorio conocer las necesidades que tienen las empresas del sector turístico en materia laboral, hoy en día, puesto que al identificar las necesidades de las empresas de turismo se pueden proponer estrategias

curriculares que fortalezcan el programa, y a su vez contribuyan a la renovación del registro calificado para mantener el posicionamiento institucional en el mercado, logrando de esta manera formar profesionales idóneos con alto sentido de responsabilidad y compromiso con su entorno.

2.6. MARCO LEGAL

La Constitución Política de Colombia (1991) determina como fines de la educación: el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente (art. 67). En ella se definen los deberes y obligaciones de los ciudadanos: el respeto a los derechos del otro; la solidaridad social; la democracia, la independencia y la integridad nacional; la convivencia pacífica; la participación; la paz; la justicia y la equidad; la protección de la cultura y del medio ambiente (art. 95). Las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra fueron elevadas a la categoría de derechos fundamentales en el artículo 27.

Dentro del marco del óptimo funcionamiento de las IES, el Decreto 2566 de 2003, estableció 15 condiciones mínimas de calidad y demás requisitos obligatorios para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior. La Ley 1188/2008, en el Artículo 2º, modifica el decreto 2566/03, señalando articulaciones entre las condiciones del programa y las

Institucionales, dándole un trasfondo legal, a la conexión que debe existir, entre la calidad de una institución educativa y la pertinencia de sus programas.

Estas orientaciones constitucionales se contextualizan y profundizan a través de su definición en la Ley 30 de 1992, la cual regula las instituciones de educación superior y el carácter formativo que deben tener sus programas así:

La Ley 30 en el artículo 1 reconoce a las instituciones de Educación Superior su natural carácter formativo y afirma que la educación es un proceso permanente que se debe orientar al desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral.

La formación integral ha de hacer posible el logro de la autonomía personal (art. 4); la adquisición y creación de conocimiento; la aplicación del conocimiento a solucionar las necesidades del país (art. 6); la formación ética profesional (art. 129); la formación social, cívica y política (art. 128).

Estos principios rigen la formación en cada campo del saber, sin perjuicio de los fines específicos de cada uno de ellos. (Art. 4).

La norma indica claramente que la formación integral y los rasgos que la definen constituyen una formación básica, general de la persona, respecto de

la cual los conocimientos, competencias y actitudes propias de cada saber tienen su propia particularidad.

En el capítulo II de la Ley 30 de 1992 se señala que la formación integral es objetivo de la Educación Superior y debe capacitar para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país.

Estos principios y objetivos se aplicarán en todos los campos de la Educación Superior: la técnica, la tecnología, la ciencia, las humanidades, el arte y la filosofía (art. 7).

Las instituciones de Educación Superior: las universidades, las instituciones técnicas profesionales, y las escuelas tecnológicas, en sus programas de pregrado y de postgrado deberán por lo tanto propender por la formación integral (art. 16).

Hasta este punto ha quedado de manifiesto que la educación integral es sumamente importante porque permite el desarrollo del ser, dimensionándolo desde todos los ámbitos, incluido el psicosocial, ya que un egresado del Programa de Turismo e Idiomas, debe contar entre sus competencias laborales, el desempeño de funciones delicadas que van más allá de la preparación técnica, ya que están relacionadas con el manejo de información

confidencial y elementos de valor, estando estas características muchas veces incluidas implícitamente en el perfil laboral del egresado.

La ley 30, que reglamenta la educación superior, establece que “La Educación Superior tiene por finalidad proporcionar formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel”, siendo por tanto el compromiso de las instituciones de educación superior formar los profesionales que la sociedad necesita. Teniendo en cuenta este planteamiento, formar profesionales que la sociedad necesita, en Cartagena significa educar individuos que en el ámbito laboral, estén a la altura de los requerimientos de su sector de empleo, en el caso del turismo, esta tarea le compete a la ITCMB y su programa de Turismo e Idiomas en el sentido que sus egresados deben tener el mejor desempeño una vez iniciada su vida laboral, siendo esta una meta que debe ser mantenida conforme avanzan los tiempos, para lo que se necesitan estudios que calibren su cumplimiento cada tantos años.

La Norma Técnica Colombiana NTC 5580, especifica los requisitos de calidad que deben tener los programas de formación para el trabajo en el área de idiomas. Los programas de formación para el trabajo en el área de idiomas se orientan a desarrollar competencias comunicativas de comprensión, la expresión, la interacción y la interpretación de textos o discursos en cualquiera de sus formas.

Esta Norma establece los requisitos de calidad de programas de formación para el trabajo en el área de idiomas, acorde con la legislación vigente.

Todos los requisitos de esta norma técnica colombiana son genéricos y deben ser aplicables a todos los programas de formación para el trabajo en el área de idiomas, sin importar su tipo, tamaño o idioma ofrecido.

Los organismos de certificación deben aplicar esta norma para evaluar la conformidad de los programas, frente a requisitos de calidad, en consonancia con el marco normativo vigente y los principios propios definidos por toda institución oferente de programa de formación para el trabajo en el área de idiomas.

Se toma en cuenta esta norma debido a que en ella se establecen los requisitos de calidad que deben cumplir las instituciones de educación superior que ofertan programas en donde, dentro de su plan de estudio se contempla el aprendizaje de los idiomas extranjeros, lo cual es preponderante en estos momentos en que tanto el gobierno Nacional como la ITCMB, buscan el fortalecimiento de los egresados de programas de turismo con manejo de lenguas extranjeras y esto se convierte en un importante apunte para el grupo investigador que a través de la presente investigación pretende coadyuvar a la potencialización del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB.

Otra norma que es necesario mencionar debido al aporte significativo que le hace a esta investigación, en cuanto a los requisitos de calidad que deben cumplir los programas de turismo de acuerdo con la legislación vigente, es la Norma Técnica Colombiana NTC 5665.

3. CAPITULO III

DISEÑO METODOLOGICO

3.1. ENFOQUE

El diseño metodológico se enmarca en el método cualitativo con un enfoque de tipo propositivo, en la perspectiva que este enfoque y el objetivo de la investigación conjugan elementos que permiten adelantar a partir de diagnósticos, propuestas de mejoramiento y de cambio en los escenarios estudiados a partir, de intervenir en unos casos y de proponer en otros, cambios sustantivos a las realidades estudiadas. Bonilla y Rodríguez, (1997).

Es propositiva porque las investigadoras presentan una propuesta de lineamientos de fortalecimiento educativo, la cual puede llevarse a la práctica vivencial y sobre ella analizar y ajustar el modelo en la vida real para fortalecer el programa de Turismo e Idiomas y con ello mejorar las competencias de los estudiantes.

Las investigadoras utilizan el método cualitativo, porque como dice Bonilla y Rodríguez (1997), este tipo de investigación permite captar la realidad existente en el contexto, que para el caso, es el sector turístico, el cual será validado y transformado por el mismo sujeto, representado por los egresados y los administrativos y funcionarios del sector como tal.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación de nivel exploratorio descriptivo avanza en el conocimiento de las necesidades de formación que advierten las empresas del sector de turismo de los tecnólogos que se desempeñan en ellas, además de las necesidades que manifiestan los egresados del programa de Tecnología en Turismo e Idiomas, para un mejor desempeño. Esta exploración descriptiva incluye identificar las funciones, falencias, fortalezas, necesidades de capacitación, espacios tradicionales de ejercicio profesional, y nuevos espacios de accionar profesional, entre otros.

3.3. FUENTES E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Este diseño permitió la indagación a través de dos fuentes primarias: la primera, las entrevistas a empresas del sector turístico donde se desempeña un número considerable de egresados del programa, como el hotel Las Américas Global Resort, el hotel Decamerón, las agencias Aviatur, Contactos L'Alianza, Mar y Mar y Over Rabbit, y la aerolínea Avianca.

Las entrevistas se hicieron a Directivos y Jefes de algunas Dependencias de los Hoteles, Agencias de Viaje y Aerolínea seleccionadas y éstas constaron de nueve preguntas abiertas orientadas a determinar cuáles eran esas necesidades de formación que debían tener los egresados del programa ya

mencionado y a juicio de estas Empresas qué aspectos se debían tener en cuenta para mejorar las competencias de los futuros egresados del Programa de Turismo e Idiomas. Ver anexo 2.

La segunda fuente primaria está relacionada con las encuestas a los egresados, la cual constó de cinco preguntas, de igual manera abierta, buscando en ambos casos conocer de primera mano el desempeño de ellos y las necesidades que las empresas del sector y los mismos egresados, tienen en cuanto a cualificación relacionada con la formación adquirida durante sus estudios superiores, luego de que egresa de las aulas universitaria, puesta a prueba en el ejercicio profesional y frente a las constantes exigencias del sector turístico, al mismo tiempo conocer los aspectos académicos que fueron de mayor aporte en su desempeño laboral e inclusive en los que presentaron deficiencias. Ver anexo 3

El diseño incluyó igualmente la revisión de fuentes secundarias que para el caso se concretaron en documentos, tales como:

- **Manual de Competencias Corporativas para El hotel Las Américas Global Resort y de la Agencia de Viajes Contactos L´Alianza. Ver anexo 4 y 6**
- **Manuales de Funciones para el cargo de Asesora de Viajes de la Agencia de Viajes Mar y Mar y para el cargo de Asistente de Receptivo Interno de la Agencia Contacto L´Alianza. Ver Anexo 5 y 6**

Posterior a la aplicación de las encuestas y realización de las entrevistas se procedió a la tabulación de los resultados, a través de graficas que permitieron visualizar la información de manera que pudiera ser analizada de manera apropiada.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Se tomó como población empresas turísticas, tal es el caso de los hoteles que han tenido el mayor número de estudiantes en práctica y de egresados vinculados laboralmente, con este criterio la muestra la representan dos (2) hoteles de la ciudad: Las Américas Global Resort, y El Royal Decamerón. Se tuvieron en cuenta, además cuatro (4) Agencias de Viajes tales como: Contactos L´Alianza, Aviatur, Mar y Mar y Over Rabbit y la Aerolínea Avianca y para el caso de egresados se seleccionaron 113 como muestra, presentada a continuación. La población que se escogió para este aparte de la investigación está conformada por todos los egresados en el periodo 2008 y 2011; la cual según datos suministrados por la dependencia de Admisiones Registro y Control de la ITCMB, fueron en promedio un total de 450.

Para calcular la muestra representativa de la población total de los egresados se utilizó la formula científica y estadística de la siguiente manera:

$$n = \frac{N Z^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + Z^2 p (1-p)}$$

Interpretación:

$n = ?$

$Z^2 =$ Área Bajo la Curva Normal para en Nivel de Confianza 95% = $(1,96)^2$

$N =$ Población 450

$p =$ Probabilidad de Éxito 50%

$(1-p) =$ Probabilidad de Fracaso 50%

$e^2 =$ Error Muestral Permitido 8%

$$n = \frac{(450) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(450-1) \times (0,08)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$n = 113$

Se toma como primer referente el 2008 porque en este año se graduó la primera corte del programa a partir del otorgamiento del registro calificado y el 2011 por constituir el último año previo al vencimiento del registro calificado del programa de Turismo e Idiomas.

Las entrevistas se dirigieron a miembros administrativos de las 7 empresas turísticas de Cartagena, tomadas como muestra a conveniencia para la presente investigación, teniendo en cuenta que la ITCMB desde el programa de Turismo e Idiomas cuenta con 20 hoteles, 10 agencias de viajes y 3

aerolíneas en las cuales se desempeñan los egresados del programa y realizan su proceso de práctica los estudiantes. Los administrativos entrevistados fueron: la Jefe de Aeropuerto de la aerolínea Avianca; la Gerente General de la Agencia de Viajes Mar y Mar; la Gerente de Ventas de la Agencia de Viajes y Turismo Aviatur, la Directora Comercial de Receptivos de la agencia de viajes Contactos L'Alianza, la Jefe del Departamento de Ama de Llaves del hotel Royal Decamerón Barú, quien además se desempeñó durante tres años como Jefe de Servicio al Huésped de Decamerón Cartagena y la Jefe de Receptivo y Venta de la Agencia de Viajes Over Rabbit, quienes proporcionaron información sobre lo que éstas requieren y esperan del egresado de los programas de tecnologías en turismo, dejando de manifiesto los aspectos claves para su empleabilidad, sus fortalezas y debilidades en el área de desempeño laboral.

La selección de las empresas se hizo teniendo en cuenta la trayectoria turística de las mismas en la ciudad de Cartagena de Indias, de las cuales se presenta un breve resumen:

- **Avianca:** Aerolínea colombiana fundada en 1919, es la primera aerolínea en América. Avianca ha sido la aerolínea bandera de Colombia y en la actualidad se destaca por ser la aerolínea más grande del país, es además una de las más importantes de Iberoamérica. Ofrece un gran número de destinos desde Colombia a otros países de América y Europa gracias a su número de aviones y a las alianzas que mantiene con varias aerolíneas de

todo el mundo. Su especialización son los viajes en vía aérea. Su centro de conexiones está localizado en el Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá, desde donde opera vuelos programados y chárter a diferentes destinos nacionales e internacionales en América y Europa. Avianca forma parte del Synergy Group, un grupo aeroespacial sudamericano creado en 2003 y dirigido por Germán Efromovich. El grupo cuenta además con seis aerolíneas filiales, dos en Colombia, una en Brasil y dos en Ecuador: *Helicol, Tampa Cargo, Avianca Brasil, AeroGal* y *VIP*; además de *Capital Airlines* en Nigeria.

- **Aviatur:** El Grupo Aviatur nace con la creación de Aviatur Agencia de Viajes y Turismo, el 6 de febrero de 1957, con cinco empleados y un capital de 60.000 pesos. El Grupo Aviatur emplea a más de 4.000 personas, cuenta con 297 oficinas propias en el país, de igual forma tiene representación en Quito (Ecuador), Caracas (Venezuela), La Habana (Cuba), Ciudad de Panamá, París y Miami, en donde funciona una oficina del Grupo Logístico Aviatur Carga.

Es una empresa dedicada a actividades de agencias de viajes, organizaciones de viajes y representaciones de empresas prestadoras de servicios turísticos. Entre los servicios que presta se encuentran los siguientes: Reserva, venta y expedición de tiquetes de transporte de personas aéreo nacional e internacional; Diseño y comercialización de planes turísticos nacionales e internacionales; Organización, operación y

venta de viajes y eventos nacionales e internacionales; Venta de planes turísticos y servicios complementarios nacionales e internacionales para pasajeros individuales; Prestación de servicios en los aeropuertos; Asesoría y trámite al viajero en la obtención de la documentación requerida en los destinos nacionales e internacionales; Trámite y pago de reembolsos de pasajes aéreos y servicios.

- **Contactos L´Alianza es una Agencia de Viajes IATA, fundada en 1975, cuyo negocio es comercializar y organizar servicios turísticos que satisfagan las necesidades del mercado, al ofrecer completa seguridad y bienestar. Hoy Contactos L´Alianza es la primera agencia organizadora de Congresos y Convenciones en Cartagena de Indias. Conocida como Contactos L´Alianza, en el ámbito nacional e internacional, gracias a las empresas que le han confiado sus eventos. También funciona como Agencias de Viajes, Operadora de Turismo Receptivo, Viajes de Incentivos y presta el servicio de transporte Turístico. Contactos L´Alianza ha sido distinguida con el premio Nacional de Turismo, otorgado por el Ministerio de Desarrollo Económico y la Corporación Nacional de Turismo de Cartagena y la Medalla Cívica de Cartagena de Indias en el grado de Comendador por la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias.**
- **Hotel Royal Decamerón: La cadena de hoteles Decamerón nació en Cartagena de Indias en 1987 y actualmente es líder de Latinoamérica por su concepto "todo incluido". Después de 25 años en el mercado, su solidez y posicionamiento han permitido la expansión de sus operaciones a México,**

Jamaica, El Salvador, Panamá, Marruecos, Senegal, Libia y Perú. Actualmente, esta cadena opera más de 5 mil habitaciones en 30 hoteles ubicados en 8 países, y genera más de 5 mil empleos directos y 15 mil indirectos. En Colombia, están presentes en las principales regiones turísticas del país como Cartagena, Isla Palma, Santa Marta, Eje Cafetero, San Andrés, Providencia y Amazonas.

A sólo 30 km de Cartagena, se encuentra el Royal Decamerón Resort Barú con 330 habitaciones, es el más grande y moderno de la isla de Barú. Ofrece además de cómodas habitaciones, dos restaurantes, cinco bares, tres piscinas, SPA y la playa de arena blanca. También cuenta con un Centro de Convenciones dotado con equipos de última tecnología con capacidad para 700 personas y un business center.

- Viajes Rabbit Ltda, es una agencia de viajes y turismo fundada en Cartagena el siete de marzo de 1961 con el fin de promover e incentivar el turismo en Colombia; cuenta con toda una infraestructura que permite ofrecerles a su clientela, la más reciente, segura y puntual información del mercado turístico, así como un servicio profesional, cálido, responsable y comprometido con todos los clientes. La agencia de Viajes pertenece al grupo Over, cambiando el nombre comercial a Over Rabbit, para ofrecerles a los clientes mayor cobertura en Colombia. Esta agencia brinda los servicios de turismo emisor, turismo receptor y organización de eventos, congresos e incentivos.

- **Mar y Mar:** esta agencia de viajes fue fundada el 1º. de abril de 1995 bajo el nombre de Representaciones Turísticas Mar y Mar, cuya actividad principal era la representación turística de Orlando Disney World, ofertando los productos de ese lugar. Posteriormente en 1996, inicia el servicio de venta de boletos de la Aerolínea Aerorepública y al mismo se inscribe en la embajada norteamericana para operar grupos de niños, quinceañeras y juniors, logrando un puesto entre las doce agencias de viajes autorizadas para tramitar visas a Estado Unidos. Más tarde en 1997, cambia de actividad y con ello de denominación y deja de ser Representaciones Turísticas Mar y Mar para convertirse en Agencia de Viajes y Turismo Mar y Mar. De aquí en adelante obtiene la licencia IATA que la faculta para la venta de tiquetes internacionales y empieza a participar activamente en ferias nacionales e internacionales promovidas por Proexport.
- **Hotel Las Americas Global Resort:** Esta conformado, en la actualidad, por dos torres: Las Américas Casa de Playa y Las Américas Torre del Mar, que en conjunto forman el Hotel Las Americas Global Resort, categorizado como un hotel de cinco estrellas, con todas las comodidades y lujos de la hotelería moderna. Se encuentra ubicado en el Anillo Vial, sector Cielo Mar a pocos minutos del Aeropuerto Internacional Rafael Nuñez. Este prestigioso hotel fue distinguido como el Mejor Hotel de Colombia en los Premios La Barra 2012 y con el Certificado de Excelencia 2012 otorgado por la Red de Valoración TripAdvisor.

4. CAPÍTULO IV

NECESIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA, EN MATERIA DE RECURSO HUMANO

El sector turístico de la ciudad de Cartagena en la última década ha tenido un crecimiento pronunciado; nuevos hoteles se han instalado en la ciudad y cadenas hoteleras existentes a nivel nacional e internacional han abierto nuevas sedes en ella, lo que acarrea un incremento en la demanda de personal calificado que no solo se limita a la cantidad sino también a la calidad, ya que una mayor afluencia de turistas hacia la ciudad no solo significa un aumento en el número de la población flotante, también implica una diversificación de la oferta turística y con ella, turistas cuyas exigencias individuales se hacen más específicas y elevadas, ejerciendo presión en un sector del servicio turístico que por tradición busca generar fidelidad en sus clientes por medio de la dedicada atención que les brinda.

En Colombia y sin excepción en Cartagena, las normas de competencia del sector turístico son emitidas colectivamente por las empresas del sector, a través de ICONTEC e ISO, sin embargo, estas directrices le brindan a los hoteles, agencias de viaje y demás operadores turísticos, la autonomía de elaboración de sus propios manuales de procedimiento para las diferentes posiciones que desempeñaran sus empleados, todas estas, del más alto estándar, de acuerdo con su clasificación. Es a través de estos manuales que

el egresado del programa de Turismo e Idiomas es evaluado por sus empleadores.

Los resultados de las encuestas permitieron identificar que las empresas turísticas en donde se encuentran laborando el mayor porcentaje de los egresados del Programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, corresponde a Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolínea, lo que permitió delimitar las empresas con las cuales se trabajarían las necesidades de formación.

4.1. MANUALES DE COMPETENCIAS DEL SECTOR TURÍSTICO CARTAGENERO

A continuación se exploran dos ejemplos principales de dichos documentos, con el fin de contextualizar lo que el ambiente laboral exige del egresado, para brindar una imagen general de los requerimientos del sector turístico en materia de competencia laboral. Se seleccionaron los manuales de los hoteles Las Américas Global Resort y Royal Decamerón, como muestra principal de las necesidades de todo el sector turístico, representado en hoteles, agencias de viajes y aerolíneas, que ambas empresas representan, para efectos de esta investigación, ya que de manera general las empresas turísticas estudiadas coinciden en las mismas necesidades laborales, y que solo las diferencian las especificidades de cada empresa.

En el caso de las Agencias de Viajes, coinciden que la Atención al Cliente es el primer elemento a tener en cuenta debido a la alta competitividad que hay en este sector convirtiéndose en el factor diferenciador, toda vez que son las personas y no las máquinas las encargadas de la satisfacción del cliente “entendiéndose la atención al cliente como el elemento principal del negocio” como lo afirma la Gerente General de la Agencia de Viajes y Turismo Mar y Mar, durante la entrevista realizada por el grupo investigador. De igual forma el dominio de otras lenguas, diferente al español, y el uso del software más utilizados en la agencias de viajes, Amadeus, conforman los requerimientos más significativos de este sector económico. Ver anexo 4, 5 y 6.

Asi mismo, la Jefe de aeropuerto de la aerolinea Avianca, ratifica la necesidad del dominio de los idiomas extranjeros y del software turistico Amadeus, al mismo tiempo que la importancia de la buena atención al cliente, para alcanzar la total satisfacción del mismo y los objetivos de la empresa.

4.1.1. Aspectos del Manual de Competencias del Hotel las Américas

Global Resort

El hotel Las Américas Global Resort, uno de los hoteles más importantes de la ciudad de Cartagena, debido a su gran prestigio en calidad, posee un manual de Competencias Corporativas que son aplicadas a sus empleados, entre los que se encuentran egresados del programa de Turismo e Idiomas de la

ITCMB, los cuales deben cumplir con las siguientes competencias, que para efectos de interpretación y análisis de los resultados de esta investigación, las autoras consideran necesario analizar algunos de sus apartes teniendo en cuenta los niveles de exigencia, la más alta y la mínima que exigen a toda persona que aspira ingresar a laborar al hotel y que además una vez vinculados deben mantener, así:

- **VOCACIÓN DE SERVICIO:** En este aspecto se espera que el empleado tenga la capacidad para percibir, evaluar y responder eficazmente las necesidades de otros, tratando de exceder las expectativas continuamente, y creando herramientas que posibiliten la vivencia de experiencias memorables de servicio para sus clientes.

Para la evaluación de esta competencia, en el Manual se establece que el 0 indica que el empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia, y el 5 indica que encuentra maneras novedosas y/o diferentes para estudiar los requerimientos de los clientes y satisfacerlos. Al mismo tiempo que identifica nuevas opciones de negocio que le proporcionan a la organización una ventaja competitiva en el mercado y hace monitoreo de la satisfacción de los clientes sobre la calidad del servicio, buscando la retroalimentación por parte de estos y define estrategias de mejoramiento.

- **TRABAJO EN EQUIPO:** En esta competencia se exige que el trabajador tenga la capacidad para establecer una adecuada relación interpersonal y comprender la repercusión de las propias acciones sobre el éxito en las acciones de los demás. Se hace énfasis en la importancia de trabajar en conjunto para lograr los objetivos establecidos e igualmente en la necesidad de trascender los intereses y diferencias individuales orientándose a la acción colectiva y efectiva; buscando con ello que el empleado entienda y valore posturas distintas a la propia o puntos de vista encontrados y que pueda enfocarse en una meta común.

En esta competencia, el Departamento de Talento Humano establece la calificación 1 y 5, donde el 1 indica que el trabajador se relaciona de manera cooperativa y respetuosa con sus compañeros, para lograr los objetivos establecidos en el equipo, al igual que mantiene una actitud abierta para aprender de los otros y presta ayuda cuando se la solicita algún compañero, cliente o jefe. Y en la calificación 5 el empleado fomenta un clima de trabajo positivo para la gestión de los diferentes equipos de trabajo de la organización. Cataliza conflictos entre las distintas áreas a través de procesos efectivos de comunicación. Diseña estrategias para compartir información y crear sinergias y por último administra las distintas personalidades y estilos para integrar equipos de alto rendimiento.

- **FLEXIBILIDAD / ADAPTABILIDAD:** El hotel la determina como la capacidad de entender y apreciar las diferencias y las perspectivas opuestas de una situación y de adaptarse rápidamente a los cambios que estas exijan, desarrollando para esto la habilidad para cambiar la propia forma de pensar y enjuiciar situaciones, personas o cosas cuando se modifican las premisas básicas, las condiciones del entorno o se recibe nueva información.

Esta competencia considera que el empleado que obtenga la calificación 1, es aquel que acepta sin traumatismo cambios en su programación de trabajo día a día, como también cambia de funciones y de responsabilidades, adaptándose a las nuevas sin mucha dificultad. De igual forma que acepta las diferencias de tipo racial, religioso o social (no evidencia prejuicios). Por otro lado el 5 significa que el trabajador identifica nuevas comunidades de negocio para el hotel, tomando información de las tendencias del entorno y las adapta a la organización, como también impulsa y desarrolla la gestión de cambio dentro del hotel, tomando en consideración las exigencias del entorno y se anticipa al cambio, gestionando posibles problemas que puedan presentarse por su implementación.

- **ESTABILIDAD EMOCIONAL (AUTOCONTROL):** La Empresa Turística objeto de investigación la entiende como la capacidad para mantener el control y la calma ante situaciones hostiles, en la habilidad del empleado a

confiar en las propias capacidades y decisiones, en su destreza para ganarse el respeto de los demás, aceptar y defender posiciones y establecer expectativas realistas conforme al talento de cada uno, lo que depende del nivel de confianza en si mismo (autoconfianza). Capacidad para resistir las presiones y situaciones estresantes manteniendo la energía y la vitalidad.

En el nivel inferior (1), el hotel califica el actuar de forma reflexiva, sin dejarse llevar por sus impulsos, manteniendo un estado de ánimo constante, sin cambios repentinos o muy marcados y manteniendo el interés en la tarea, sin desanimarse fácilmente por factores externos. Mientras que en la calificación con 5 debe mantener en alto la confianza de su grupo de colaboradores, mostrando una línea de conducta estable y confiable, no sujeta a cambios emocionales marcados o repentinos. Además debe tranquilizar a los demás en situaciones en las que exista un gran nivel de tensión, a través de su propio ejemplo y demostrar seguridad cuando toma decisiones, incluso en situaciones de alto riesgo que impliquen a toda la organización.

- **PENSAMIENTO CONSTRUCTIVO (ENERGIA POSITIVA):** Lo toman como la capacidad de auto motivación que debe tener el empleado porque es consciente de sus fortalezas y debilidades; está abierto al desarrollo personal continuo, debido a que su energía interior le impulsa a ejecutar labores que implican retos positivos. Se considera como la capacidad para

reconocerse a si mismo y a los demás, evitando juzgarlos de manera extrema, sin tener razones valederas y se considera también como la capacidad para establecer relaciones gratificantes y mantener una línea de pensamiento positivo aún en situaciones poco agradables, sin olvidarse de las debidas precauciones. En esta competencia se busca también que el trabajador muestre tolerancia a la frustración y perciba el fracaso como oportunidad de aprendizaje.

En esta competencia el nivel 1 indica que el empleado muestra una visión optimista de la vida y asume los retos con entusiasmo además de mantener una actitud positiva ante situaciones frustrantes, especialmente con los clientes difíciles. En el máximo grado de calificación (5) el empleado debe mantener un estado de ánimo constante, positivo y realista que contagia a su grupo y le transmite su propia energía. Pero además debe juzgar de manera objetiva e imparcial la conducta de sus colaboradores, sin dejarse llevar por primeras impresiones o por cercanías/distanciamiento en las relaciones. Al mismo tiempo, establece compromisos desafiantes para el hotel, asumiendo la responsabilidad y encarando los proyectos de manera proactiva, motivando al personal a que lo acompañen.

- **APRENDIZAJE Y MEJORAMIENTO CONTINUO:** El hotel lo considera como la habilidad para adquirir y asimilar nuevos conocimientos y destrezas para luego aplicarlos a la realidad en un corto periodo de tiempo. En el

deseo que tienen sus empleados de actualizarse continuamente para mantenerse competitivo en el mercado laboral.

La calificación en el grado 1 muestra que el empleado mantiene un nivel de conocimiento adecuado a su cargo, que se informa de los acontecimientos que ocurren en el hotel y enriquece con ello su quehacer diario y por último participa en las distintas actividades de capacitación que se programan en la empresa.

En la calificación 5, debe mantenerse constantemente actualizado en su profesión o campo de acción y promover el desarrollo para el capital humano de la organización en concordancia con la misión del hotel.

- **RESPONSABILIDAD Y ÉTICA DEL TRABAJO:** Se tiene como la capacidad para cumplir cabalmente las obligaciones y asumir las consecuencias de sus propias acciones o de las acciones de sus colaboradores, de manera coherente, dando un poco más de lo que se pide, realizando un trabajo de alta calidad y dentro de los límites de tiempo establecidos. Se espera que el empleado use todos sus recursos para sortear los inconvenientes propios del ejercicio de su cargo y ofrecer confiabilidad en las tareas, funciones y proyectos que le son asignados.

En el nivel 1 se le evalúa al empleado según cumpla a tiempo y con calidad las tareas que se le asignan. Si se acoge a un plan de trabajo predefinido, siendo consciente de las consecuencias de realizar cambios radicales en él. Además si reconoce sus errores y asume las consecuencias de estos. De igual forma si se siente participe de la imagen del hotel frente al cliente y adecuar sus acciones para satisfacerlos. Por otro lado en el nivel 5 se evalúa si enfrenta situaciones difíciles de manera activa, asumiendo el compromiso personal por sortearlas y si administra su tiempo y sus recursos en beneficio de la organización.

- **INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD:** Para el hotel esta es la capacidad que deben tener las personas vinculadas laboralmente a ellos para lograr crear, innovar, transformar con cierta originalidad y eficiencia, habilidades o destrezas para generar algo nuevo, resistirse a lo aceptado y vencer obstáculos sui generis.

Como calificación 1 se ubica el empleado que es recursivo, buscando distintas alternativas o vías de actuación, al enfrentar un problema. También a aquel que no desiste en la realización de su tarea a pesar de las dificultades; por último si es flexible al manejar las limitaciones o restricciones externas. Y en la máxima calificación se tiene en cuenta si se rompe los esquemas tradicionales y emprende soluciones efectivas o cambios positivos dentro de la organización.

- **CONOCIMIENTOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL HOTEL:** Se considera como la capacidad de los empleados para describir en forma detallada los servicios y productos que posee el hotel, así como la manera general en que funciona la organización. También implica conocer la historia, cultura, misión, visión, estrategias del hotel y del valor de la ciudad como potencial turístico. Este conocimiento permite crear contactos muy valiosos con clientes. Socios, proveedores y empleados potenciales.

En el grado 1 el trabajador debe conocer en detalle los productos o servicios que están relacionados con su área de desempeño. Debe describir en forma general los servicios, productos y la manera en que opera el hotel. Además asimila la historia, la cultura. La misión y visión del hotel, finalmente debe conocer la distribución física del hotel, y ubicar con claridad al cliente dentro de él. En la nota más alta (5) debe establecer métodos o mecanismos que puedan ayudar a posicionar los servicios y productos de la compañía tanto en el mercado local como internacional.

- **ASEGURAMIENTO CALIDAD EN LOS PROCESOS:** Es la capacidad para controlar todas las variables asociadas al concepto de calidad integral, dentro de los distintos procesos que se llevan a cabo en el hotel. Implica tener un amplio conocimiento de la filosofía de calidad y sus conceptos, y poder aplicarlos de manera lógica al desarrollar cualquier labor, seguir

normas, acatar procedimientos y estándares, auto supervisar el propio desempeño para garantizar un producto o servicio final de óptima calidad.

Para ello, evalúan con la calificación más baja a aquel que cumple las normas establecidas para su cargo que le permitan ofrecer un producto o servicio de óptima calidad (BPM, NORMAS DE SEGURIDAD, SALUD OCUPACIONAL). Y si se guía por los procedimientos, protocolos o listas de chequeos propias de su labor que le permiten realizar tareas estandarizadas que no varíen la calidad del producto o servicio final.

Con 5 evalúan a aquel que define la política general de calidad de la organización, apoya la gestión de los gerentes de áreas para implementar programas puntuales de mejoramiento de la ciudad, que además sea ejemplo de la filosofía de calidad y proporcione los recursos necesarios para optimizar los procesos internos.

Competencias de Rol.

A continuación se referencian y analizan algunas de las competencias de Rol que tiene establecidas el hotel Las Américas Global Resort, dentro del mismo manual de competencia.

- DESARROLLO DE PERSONAS (COACHING): Para el hotel esto es considerado como la capacidad para guiar a otros, para que obtengan un mayor potencial de sus habilidades por medio de la enseñanza de**

conocimientos, procesos, servicios y productos que posee la organización, Implica un esfuerzo constante por mejorar el aprendizaje o el desarrollo de las personas a partir de un apropiado análisis de sus necesidades y las de la organización. Es importante porque proporciona retroalimentación continua para que las personas logren su pleno desarrollo.

Para evaluar esta competencia utilizan el mismo esquema anterior donde la calificación 0 indica que no cumple nada y a partir del 1 inicia con el nivel más bajo hasta llegar a la máxima calificación que corresponde al 5. En este orden de ideas, en esta primera competencia el 1 indica que el empleado enseña a los nuevos compañeros las destrezas propias del cargo, con entusiasmo y sentido de solidaridad. Que además participa de buen ánimo en procesos de inducción de compañeros de otras áreas y por último, pero no menos importante, inspira confianza y se convierte en consejero en materia laboral y personal.

En la calificación 5, identifica estrategias efectivas para modificar comportamientos y actitudes y evidencia destrezas técnicas y personales que le convierten en modelo a seguir.

➤ **DIRECCIÓN DE PERSONAS:** La consideran como la intención de hacer que otras personas actúen según los deseos de la empresa, utilizando apropiadamente la persuasión personal o bien la autoridad que tenga a su cargo. Es el saber delegar funciones y prestar un seguimiento continuo de

que realmente se están cumpliendo los objetivos establecidos, es lograr persuadir a las personas a que lo sigan en el logro de metas y desarrollar la habilidad para resolver conflictos entre personas y corregir desempeños poco efectivos.

En el nivel 1 se tiene en cuenta que el trabajador coordina con los miembros de su equipo, las labores propias de su cargo, llegando a acuerdos para lograr eficacia, Evita duplicidad de las funciones a través del diálogo constructivo con sus compañeros. Transmite información de manera clara, sin desvirtuarla ni distorsionarla. Planifica y organiza el trabajo según los recursos y los límites de tiempo. Insiste en el cumplimiento de las órdenes o peticiones utilizando un estilo que no es agobiante ni fuera de lugar y por último evalúa el desempeño del personal a su cargo. Mientras que en la calificación 5, el empleado debe motivar a los demás a seguirle en situaciones difíciles, porque confían en sus actos, además de comprender los sentimientos y pensamientos de los demás y buscar oportunidades para desarrollar a su equipo y así tener una mejor armonía para soportar los cambios. Por otro lado debe mantener canales de comunicación abiertos permanentemente, con todos los líderes de áreas para no perder el control y finalmente debe diseñar políticas generales de trabajo, orientar el rumbo y proporcionar recursos para lograr las metas.

➤ **PREVENCIÓN, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES:**

Se tiene como la capacidad para canalizar y organizar un conjunto de

información, logrando respuestas y acciones efectivas para resolver una situación dada, a través de un actuar proactivo y persistente, no solo pensando en lo que hay que hacer hoy, sino también en el futuro; para esto es importante concretar y materializar decisiones, buscar o crear nuevas oportunidades para prevenir situaciones no deseadas. Lo anterior incluye tomar decisiones efectivas rápidamente, basándose en un adecuado balance y consideraciones de todas las opciones que existan en una determinada situación, anticipándose a las consecuencias previendo los posibles problemas, aún en situaciones de crisis.

En esta competencia el grado más bajo corresponde a aquel que evalúa los recursos con los que cuenta para solucionar un posible problema sin supervisión directa. Decide de manera coherente entre dos alternativas evaluando recursos y consecuencias respaldándose en información obtenida de diferentes fuentes de la organización. Y además consulta a otros con más experiencia a fin de hallar soluciones.

Para ser evaluado con la máxima calificación el empleado debe realizar un diagnóstico completo de la situación, poniendo los problemas en contexto de todo el sistema y detectando las causas profundas. Encontrar soluciones definitivas o fundamentales de los problemas y proporcionar los recursos para implementarlas. Al mismo tiempo debe realizar recomendaciones o toma decisiones utilizando información adecuada relacionada con el negocio,

evaluando las implicaciones en el corto, mediano y largo plazo. Aplicar estrategias para implementar decisiones efectivas hechas en tiempo de crisis y debe apoyarse de manera efectiva en la competencia personales y técnicas de los miembros del equipo para orientar la toma de decisiones.

- **VISIÓN ESTRATÉGICA:** Se trata de la capacidad para anticipar escenarios de posible evolución de la realidad, tanto en los aspectos tecnológicos y sociales relativos a la propia actividad, como a otros aspectos más complejos del entorno político, económico, social, cultural, etc. Implica además pensar sobre la base de la estrategia de la empresa y convertirla en objetivos concretos para el propio campo de responsabilidad.

Para la calificación con 1 tienen en cuenta que el empleado alinea sus acciones diarias dentro de su trabajo con las metas generales de su área. Debe también buscar medios para incrementar sus niveles de competencia dentro de la empresa para lograr mejores posiciones y percibir las posibilidades que le ofrece su cargo para realizar trabajos sobresalientes. Y en la evaluación con 5, debe identificar elementos claves para el éxito de la compañía, transformarlos y adaptarlos al entorno de esta. Debe establecer planes estratégicos para llegar a las metas que se proponga la organización. Conocer el segmento de mercado en el cual está inmersa la compañía, para mantener la competitividad y gestionar recursos y proyectos para posesionar la compañía en lo relacionado con su área de gestión.

- **IDIOMAS:** se refiere al dominio de los diferentes niveles de idiomas necesarios para un óptimo desempeño en el ámbito hotelero.

En esta competencia se considera importante mencionar todos los ítems calificables según cada nivel. Por lo anterior se procederá a relacionarlos en su totalidad.

NIVEL UNO:

CONOCIMIENTO DE: vocabulario básico, formula habituales de presentación, saludo y despedida. Sintaxis y estructuras gramaticales básicas usando el verbo tobe.

CAPACIDAD PARA: se presenta de forma clara (nombre, puesto de trabajo). Saluda y/o comprende un saludo del cliente en inglés o en francés. Contacta al cliente con una persona que maneja el idioma

NIVEL DOS:

CONOCIMIENTO DE: sintaxis y estructuras gramaticales básicas para construir frases sencillas (presente, pasado y futuro). Vocabulario de uso habitual propio del oficio desempeñado.

CAPACIDAD PARA: comprender la idea general del cliente extranjero expresada en su idioma. Completa correctamente documentos sencillos (fichas de identificación, formularios, etc). Interpreta el significado de un texto.

NIVEL TRES:

CONOCIMIENTO DE: vocabulario relativo a asuntos cotidianos y profesionales, manejo de modismos básicos. Sintaxis y estructura gramaticales que permitan la construcción de frases habituales de un grado medio de complejidad (modales, tiempos perfectos, deseos). Pronunciación adecuada.

CAPACIDAD PARA: utilizar términos hoteleros en el momento que lo necesite. Ofrece productos en inglés y francés. Comprende lo que el cliente le comunica. Da explicaciones y/o direcciones al cliente. Lee el idioma a nivel intermedio.

NIVEL CUATRO:

CONOCIMIENTO DE: vocabulario cotidiano y profesional fluido; expresiones idiomáticas, lenguaje fluido. Sintaxis compleja: permite construir frases complejas (modales, condicionales, voz pasiva). Pronunciación: fonética y fonología básica del idioma (pronuncia correctamente las palabras, diferencia los sonidos, identifica sonidos que son propios del idioma extranjero).

CAPACIDAD PARA: leer el idioma de manera fluida. Saluda y da explicaciones cortas al cliente. Explica y ofrece los diferentes servicios y productos del hotel. Improvisa una intervención en una reunión. Comprende y participa en conversaciones de dificultad media sobre temas técnicos o cotidianos. Mantiene una conversación fluida con el cliente personal o telefónicamente. Interpreta cualquier documento profesional de su ámbito de actuación.

NIVEL CINCO:

CONOCIMIENTO EN: vocabulario y sintaxis a nivel avanzado. Técnicas de traducción e interpretación.

CAPACIDAD PARA: dominar el idioma a escala oral y escrita. Comunicarse de manera natural con clientes extranjeros en inglés o francés y anima una sesión de formación. Discute y participa en todo tipo de conversación. Resuelve negociando cualquier problema profesional que pueda surgir. Dirige una reunión de trabajo, discutiendo y negociando sobre un tema complejo.

- **SOPORTE Y ANALISIS DE NECEDIDADES DEL CLIENTE:** capacidad para crear relaciones sólidas con los clientes, de manera tal que se pueda dialogar con ellos sobre sus necesidades y si lograr altos niveles de satisfacción y fidelización, Implica llevar un seguimiento a las peticiones y soluciones dadas para generar confianza.

La calificación en 1 indica que el empleado presta atención a las demandas del cliente a lo orienta adecuadamente. Toma atenta nota de las quejas planteadas por el cliente y les da el trámite pertinente. Y por último detecta las necesidades de los clientes y recopila información completa y necesaria para la satisfacción del cliente. Y para la calificación 5 se tienen en cuenta que diseñe políticas generales de satisfacción del cliente y proponer alternativas de soporte para garantizar la satisfacción total de sus necesidades. Debe desarrollar los procesos de comunicación con el cliente para lograr un dialogo enriquecedor y

para conocer la evolución de sus necesidades. Y finalmente debe tomar decisiones por fuera de las políticas establecidas (gastos, servicios adicionales que no estén descritos en las políticas).

- **DOMINIO TÉCNICO:** demuestra destreza en el área de trabajo específico para la cual se ha formado, aplica y comparte con otros los conocimientos y habilidades.

En el rango 1 se busca que el empleado responda eficazmente a retos y preguntas relacionadas con su área de conocimiento o formación. Y en el nivel 5 se debe demostrar conocimiento y habilidades relacionadas con áreas de trabajo relativamente amplias dentro de un proceso en el hotel.

4.1.2. Aspectos del Manual de Procedimiento del Hotel Royal Decamerón

Por otro lado, el hotel Royal Decamerón posee un manual de procedimientos, en el cual determina las funciones específicas para cada tarea desde los diferentes departamentos o áreas, buscando asegurar la máxima comodidad y el mejor de los servicios a sus huéspedes con la intención de hacer de su estadía, un inolvidable recuerdo. Las mismas son socializadas y entregadas a los empleados en el momento de la vinculación, con el fin de dar a conocer las especificidades de cada labor.

Las reglas establecidas abarcan aspectos como:

- ❖ **Presentación Personal** (uniformes completos y bien planchados, largos y formas de llevar el cabello, uso de accesorios, perfumes, maquillaje acorde con la función, largos de uñas).
- ❖ **Descripción detallada de cada tarea** (por función).
- ❖ **Normas de Comportamiento al interior de cada departamento** (no hablar por teléfono celular, no masticar chicle, no utilizar vocabulario vulgar, no hablar en voz alta, entre otros).

Vale la pena resaltar que cada Prestador de Servicios Turísticos, respalda sus manuales de competencia y procedimientos en las Normas ISO de Turismo, las cuales permite que cada prestador turístico, a partir de la norma ISO 9001:2008 satisfagan las necesidades de sus clientes y mejoren continuamente.

Como se puede constatar, las empresas del sector turístico estudiadas, requieren de personas formadas integralmente que fundamenten sus conocimientos, valores, aptitudes y actitudes hacia el cumplimiento de la misión, visión y políticas de calidad de las empresas del sector.

Los requerimientos mencionados anteriormente en este capítulo permiten conocer algunas de las competencias que se exigen en las empresas de viajes, hoteles y aerolíneas que constituyen parte de la población objeto de estudio de esta investigación, los cuales están en concordancia con el Plan Indicativo de

Formación en Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo, el cual será analizado a continuación para una mayor comprensión.

4.1.3. Plan Indicativo de Formación en Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo

Este plan establece que “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”.

El mismo documento determina 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”

4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

A continuación se presentan el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los egresados del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, entre los años 2008 y 2011, con el fin de determinar la pertinencia del programa actual, sus fortalezas y posibles falencias del plan de estudio, para en coherencia con los requerimientos del sector turístico estudiado, se precisen los cambios que se le deberían realizar para potencializar no solo el programa sino con ello a Cartagena como destino.

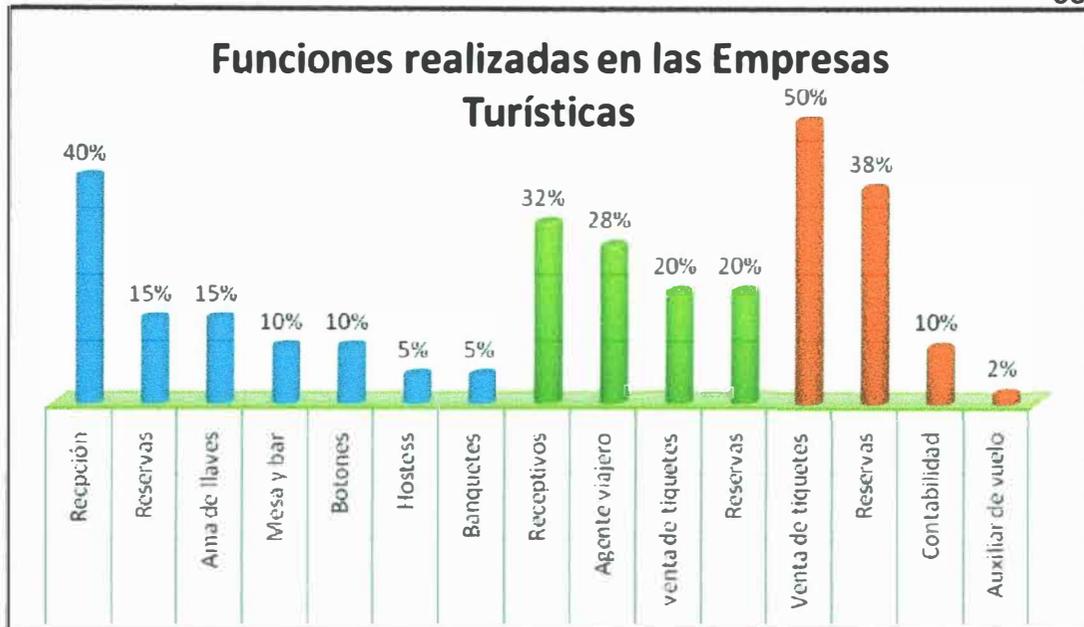
La encuesta representó una herramienta útil que permitió la recolección de una información actualizada y confiable que se convirtió en el norte para identificar las necesidades de formación del recurso humano que requieren las empresas del sector turístico cartagenero en la actualidad. Para ello se aplicaron las cinco preguntas abiertas, dirigidas a los egresados de los últimos cuatro años, quienes corresponden al objeto de estudio y aplicadas en los dos últimos meses, presentadas a continuación: Ver anexo 3.



Gráfica 1. Empresas del Sector Turístico donde laboran los egresados

Fuente: Encuesta aplicada a egresados de turismo e idiomas 2008-2011

Los egresados encuestados manifestaron que en los subsectores donde más han laborado son los hoteles, las agencias de viajes, las aerolíneas y en último grado los restaurantes, atendiendo a que dentro de su formación en la Institución, esas empresas forman parte importante de sus estudios; es decir, en estas empresas pueden aplicar los conceptos administrativos, los idiomas, la organización de eventos, las tecnologías y software turísticos, entre otros, como principales habilidades aprendidas durante el proceso de formación.



Gráfica 2. Funciones Realizadas en las Empresas del Sector Turístico

Fuente: Encuesta aplicada a egresados de turismo e idiomas 2008-2011

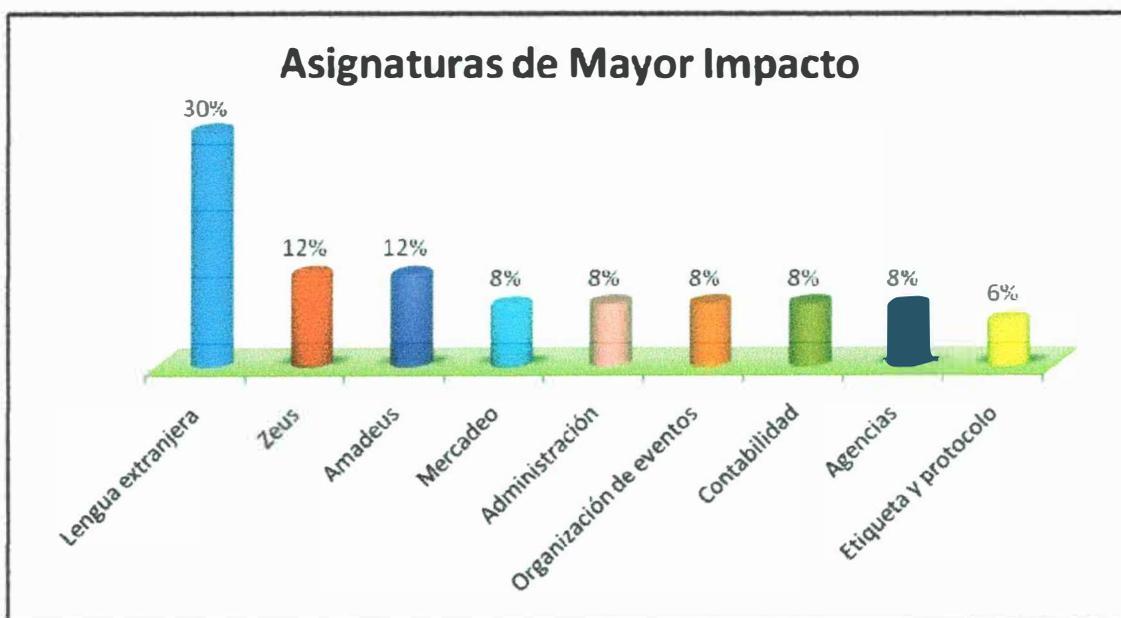
Al consultarlos sobre las funciones que comúnmente realizan en las diferentes empresas donde laboran, los egresados manifestaron que regularmente en los hoteles, son ubicados en la recepción, debido a las competencias adquiridas en cuanto al manejo del software Zeus, que si bien es cierto no todo es aprendido en la Institución, ellos alcanzan el nivel con una capacitación que, regularmente financian ellos mismos y que realizan antes de vincularse laboralmente. En algunos casos la empresa se encarga de fortalecer los conocimientos adquiridos en la Institución, a través de cursos de afianzamientos.

Por otro lado los conocimientos del inglés y el francés le permiten trabajar en atención al cliente desde la Recepción, la Reserva, Botones y en el departamento de Ama de Llaves, debido a que en estas áreas, consideradas las neurálgicas de las empresas que ofertan el servicio de alojamiento, es de suma importancia el conocimiento de las lenguas extranjeras, ya que son las que tienen Contacto Directo con el usuario, el cual inicia desde el momento en que el huésped hace la reserva y termina cuando realiza el check out, es decir cuando entrega la habitación, ya que se da el caso que cuando se presenta alguna anomalía en las habitaciones con las que el huésped no está de acuerdo tiene la alternativa de llamar a Recepciones o al departamento de Ama de Llaves, o desde la Recepción lo comunican con ese Departamento para presentar su queja, solicitud y / o sugerencia. En menor medida, pero igualmente necesarias, se desempeñan en el departamento de Alimentos y Bebidas y Banquetes, áreas donde es importante también el manejo de los idiomas extranjeros referenciados, ya que los trabajadores de estas dependencias, también mantienen contacto directo con los huéspedes de los hoteles.

Las labores que realizan en las agencias de Viajes están todas encaminadas en Atención al Cliente, ya que les corresponde desde la Recepción asesorar a los turistas en cuanto a los destinos, productos y servicios que ellos ofertan, al mismo tiempo que deben elaborar paquetes forfait, de acuerdo con las

preferencias particulares de cada grupo o persona. Otras de las funciones son la venta de tiquetes y reservas en general.

En cuanto a las funciones realizadas en las Aerolíneas, se pueden referenciar la venta de tiquetes como su mayor ocupación, y la reserva de los mismos en un segundo nivel, mientras que las funciones contables quedan en un tercer lugar. Por último encontramos a aquellos egresados que realizaron su preparación específica y gracias al buen dominio de una segunda lengua, lograron ser Auxiliares de Vuelo. Es necesario anotar que para ello, necesitaron presentar y aprobar un examen de proficiencia y certificar un alto nivel de natación y un excelente estado de salud, tanto física como mental.



Gráfica 3. Asignaturas de mayor aporte en su formación.

Fuente: Encuesta aplicada a egresados de turismo e idiomas 2008-2011

Si bien es cierto que todas las asignaturas son igual de importantes para la formación del egresado del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, existen unas, que a juicio de los encuestados, dieron un mayor aporte a su formación y con ello les brindó la oportunidad de obtener una vinculación laboral entre las empresas del sector. Sin embargo, los egresados reconocen que los conceptos y habilidades aprendidas en las mismas, por si solas, no garantizan el éxito y que es necesario seguir formándose para mejorar sus competencias. El manejo de la lengua extranjera les da unas ventajas sobre otros egresados de programas similares de otras Instituciones de Educación Superior, en donde no tienen la misma intensidad horaria de ellos. Al igual que el aprendizaje de las tecnologías especializadas de turismo (Zeus y Amadeus). Las demás asignaturas del Plan de Estudio, son consideradas igual de importantes ya que les genera conocimientos necesarios para su desempeño en ese sector.



Gráfica 4. Necesidades de capacitación adicional.

Fuente: Encuesta aplicada a egresados de turismo e idiomas 2008-2011

Como fue expresado anteriormente, los encuestados consideran que, muy a pesar, de que el programa de turismo e Idiomas de la ITCMB, es un líder y pionero en la región y la ciudad, en formación en el área turística, se notan algunas falencias al momento de vincularse laboralmente, toda vez que, estas fortalezas con que salen, se transforman en debilidades y deben intensificar sus conocimientos con cursos de capacitación tan pronto inician su búsqueda de vinculación laboral. Ellos explican que la dificultad en el dominio de las lenguas extranjeras radica en la falta de fluidez verbal en dichos idiomas. Y justifican las falencias de los softwares, en la intensidad horaria de los mismos.



Gráfica 5. Debilidades en el aprendizaje del Tecnólogo de Turismo e Idiomas

Fuente: Encuesta aplicada a egresados de turismo e idiomas 2008-2011

En esta última gráfica y con relación al manejo de la lengua extranjera, que es su máxima debilidad, consideran que aún cuando es una fortaleza comparándolos con egresados de otras Instituciones de Educación Superior,

para ellos es insuficiente lo aprendido durante su formación en la Institución y se ven obligados a realizar cursos extras para alcanzar el dominio de las dos lenguas. Al consultarlos sobre, a su juicio, cuál era el motivo de esa dificultad, algunos consideraron que era falta de compromiso por parte de ellos mismos durante su proceso de formación, mientras que otros recomiendan mayor intensidad horaria para ambos idiomas, que garantice el tiempo suficiente para practicar las cuatro habilidades de la comunicación.

En cuanto a los softwares Zeus y Amadeus, consideran que además de una mayor intensidad, se debe planificar un horario de práctica independiente en la Institución, atendiendo la imposibilidad de hacerlo desde otro sitio diferente.

Con relación a la deficiencia en atención al cliente, los egresados expresaron que esto se debe a la inexistencia de una asignatura específica de esta área, ya que a pesar de trabajarse desde otras asignaturas a lo largo de la carrera, no se logra desarrollar de manera profunda esta temática que hoy en día resulta de mucha importancia en el turismo.

4.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Habiendo presentado las reseñas históricas de las empresas elegidas por el grupo investigador, en el capítulo anterior, las cuales fueron seleccionadas teniendo en cuenta la ubicación de los egresados del programa de Turismo e

Idiomas en las mismas y su posicionamiento en el mercado turístico cartagenero, se procede a presentar las necesidades detectadas a partir de las entrevistas realizada a sus directivos y funcionarios.

La entrevista a la Jefe de aeropuerto de la aerolínea Avianca, permitió identificar las fortalezas en cuanto a la disposición del egresado hacia el trabajo, el sentido de pertenencia y en algunos casos los idiomas. Al respecto de las necesidades actuales, ella manifiesta la importancia de profundizar el manejo del software Amadeus y mayor dominio de los idiomas extranjeros, los cuales se convierten en el elemento diferenciador de los trabajadores de su empresa.

La entrevista de la funcionaria de la aerolínea Avianca, no solo permitió conocer las necesidades de su empresa para la vinculación del personal en funciones propias de la aerolínea, tales como Atención en el Counter, Anfitrión, Reservas y Venta de tiquetes, Atención a niños recomendados, entre otras, sino que además, informó al grupo investigador sobre los procedimientos para el reclutamiento de candidatos para Auxiliares de Vuelo, teniendo en cuenta que este perfil no está proyectado desde el programa de Turismo e Idiomas, pero que en cierta manera, los conocimientos adquiridos en el pregrado sirve como base para la obtención de un cupo del examen presentado para tal fin. Dentro de los componentes básicos se encuentra el dominio de idiomas extranjeros, de preferencia el inglés, la capacidad de nadar eficientemente y un excelente

estado de salud. En ese campo laboral se encuentra algunos de los egresados del programa de Turismo e Idiomas.

La Gerente de Ventas de la Agencia de Viajes y Turismo Aviatur, manifestó los requerimientos de su empresa para la contratación del personal; ella al igual que las demás personas entrevistadas, nombran en primer lugar la atención al cliente, la vocación de servicio, la disposición hacia el trabajo y el dominio de los idiomas extranjeros además del propio y el manejo del software turístico Amadeus. Ella reconoce la importancia de los conocimientos de la geografía turística al momento de atender a un turista que solicita información sobre un lugar específico o para recomendar un destino que pueda reemplazar, en el caso dado, el que el turista solicita.

La Gerente General de la Agencia de Viajes Mar y Mar, declaró que el profesional que ellos requieren debe ser, un Ser integral, formado en principios y valores esenciales para la atención al cliente, a quien consideran el elemento principal del negocio, además de conocimientos en idiomas extranjeros, el software Amadeus y mejores conocimientos en geografía turística para que puedan dar respuesta a las necesidades de los turistas cada vez más exigentes e informados que los visitan. Considera además que es importante la formación en contabilidad y manejo de programas de informática tales como excell, world, acces, y microsoft project. Otro elemento que contribuye en el

buen desempeño de sus trabajadores es la disposición para aprender y autoformación que posean.

La Directora Comercial de Receptivos de la Agencia de Viajes Contactos L'Alianxa, considera que los egresados de hace unos años eran mejores en cuanto el dominio de los idiomas y recomienda prestar atención a esa situación toda vez que en la actualidad existe un mayor número de universidades que están ofertando programas de turismo. Ella se siente particularmente interesada en mantener el prestigio del programa, debido a su condición de egresada. Por otra parte, informó al grupo investigador de la importancia de la inclusión de los softwares turísticos Amadeus y Zeus en la enseñanza durante el paso por la Institución, en especial, para su caso, el del software Amadeus que es el manejado en las agencias de viajes. De igual forma requieren de los conocimientos de los paquetes informáticos como world, excell, y acces.

La agencia de Viajes Over Rabitt, a través de la funcionaria entrevistada considera que es importante la formación en valores, con excelente actitud de servicio y con conocimientos en temas turísticos actuales, dominio de idiomas extranjeros y manejo de la herramienta tecnológica Amadeus, utilizadas para ver información sobre los proveedores turísticos, realizar reservas y venta de tiquetes.

La funcionaria del hotel Royal Decamerón Barú, considera que las mayores necesidades desde el departamento de Ama de Llaves son la atención al cliente, la confianza en sí mismos y el manejo de lenguas extranjeras. Considera que los egresados de hace unos años atrás poseían mejor manejo de las lenguas extranjeras, lo cual debe buscarse nuevamente. Desde el cargo de jefe de Atención al Huésped, afirma que es indispensable el dominio de varios idiomas debido al contacto directo que desde allí tienen con el turista y la diversidad de información que deben manejar. Por lo tanto es necesario poseer un alto nivel de cultura general y de geografía turística. No obstante lo anterior, la funcionaria del hotel Royal Decameron barú, considera que los egresados del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, son reconocidos en el medio turístico, pero que no puede dejarse de mencionar las falencias que presentan con relación a las áreas mencionadas, precisamente para que continúen con el buen prestigio que los ha caracterizados.

Como se puede apreciar en la entrevistas realizadas en el sector turístico, la proficiencia en el manejo de software ofimático, como la suite Microsoft Office, así como los softwares específicos de la carrera, como Amadeus y Zeus, sobresale por encima de otros requerimientos, seguidos inmediatamente y en igualdad de importancia, por las habilidades en idiomas, estas dos características conforman el núcleo de las habilidades técnicas requeridas para que el egresado cumpla con los requerimientos mínimos del sector.

Si bien el componente técnico aparece como esencial para los empleadores, son los valores y calidad humana los aspectos que marcan la diferencia a la hora que las empresas consideren a un egresado como un buen trabajador, por encima de un empleado común. “Mejorar el servicio al cliente”, o “interés en la lectura de temas relacionados con el turismo” fueron declaraciones determinantes a la hora de nombrar lo que el egresado debe fortalecer, ya que en la mayoría de los casos, ellos fueron destinados a posiciones que requieren manejo de público.

La anterior afirmación se refuerza con el documento del Observatorio del Mercado Laboral de Cartagena y Bolívar, “Inclusión Productiva en el Sector Turístico de Cartagena de Indias: Cerrando Brechas entre la Demanda y la Oferta para la Población en la base de la Pirámide, en donde, textualmente se dice que de acuerdo con lo anterior resultaría muy factible un programa de calificación y capacitación laboral fundamentado tanto en las competencias específicas que exige la demanda del sector productivo y sus distintos procesos en la cadena de valor, como en valores que potencien el Ser, condición cada vez más exigida por la demanda en su empeño de mejorar la calidad de los servicios que ofrece a los turistas especialmente en lo referente a la atención en la interrelación empleado-cliente”.

Todas las empresas entrevistadas admitieron recibir egresados del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, además de egresados de otras

instituciones, incluidas la universidad Jorge Tadeo Lozano y el SENA, declarando que los egresados del Programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB son preferidos por su manejo de dos idiomas y de los softwares. Curiosamente son estas mismas características las que los empleadores sugieren mejorar, dejando ver una situación en la que si bien el egresado está respondiendo con el perfil técnico requerido, el sector turístico visiblemente demanda un mayor nivel del mismo.

Por otro lado, los directivos de las empresas turísticas entrevistadas, manifestaron la necesidad de reforzar los conocimientos de Geografía Turística tanto a nivel local como nacional e internacional, debido a la importancia de este tipo de conocimiento, al momento de orientar de manera eficiente a un turista en materia de destinos, servicios y productos turísticos actualizados.

La geografía turística tiene un papel esencial y relevante en las decisiones turísticas, tanto del sector público como privado, desde la gestión empresarial, la creación de productos, la revalorización de la naturaleza, la minimización de impactos, el diseño de itinerarios, la oferta de actividades, y una serie de aportaciones al conveniente desarrollo turístico. Por otro lado como se expresó en el Documento de la AGE, Conclusiones del I Encuentro de Profesores de Geografía del Turismo, “no existe acto turístico sin una base espacial soporte de la actividad, al mismo tiempo que da una visión más amplia del fenómeno, aportando conceptos más plurales e integradores”.

De acuerdo con los datos recolectados se puede concluir que el programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB debe dar mayor realce a sus asignaturas en las áreas de idiomas y softwares, así como una reestructuración de las asignaturas destinadas a la atención al cliente y la promoción de valores institucionales orientados a las realidades laborales que se viven en las empresas del sector turístico de Cartagena, lo mismo que una revisión de los contenidos mínimos de Historiografía Turística, toda vez que sería desde esa asignatura desde donde se proyectarían los conocimientos de geografía turística.

El cruce de las informaciones que arrojaron las fuentes primarias y secundarias a través de sus respectivos instrumentos, con la información contenida en el currículo permite constatar la necesidad de la revisión de los contenidos mínimos y la malla curricular del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, con el fin de plantear los ajustes necesarios al currículo actual y la creación de una Propuesta final dirigida a los estamentos académicos-administrativos del programa.

5. CAPITULO V

RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA TURISMO E IDIOMAS Y LAS NECESIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS

El programa de Turismo e Idiomas, en su Proyecto Educativo de Programa – PEP, a través de sus diferentes cursos y en respuesta a la demanda del sector productivo busca desarrollar en los estudiantes, entre otras las siguientes competencias:

- Identificar y analizar los factores del entorno turístico.
- Implementar una metodología adecuada para desarrollar investigaciones y estudios en el sector turístico.
- Analizar y utilizar las tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS) en los distintos ámbitos del sector turístico
- Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua
- Organizar, coordinar y operar las actividades relacionadas con el turismo
- Conocer el manejo administrativo y operacional de las diferentes áreas de los hoteles
- Conducción de grupos en recorridos turísticos
- Brindar información al cliente y atención a las sugerencias y reclamaciones
- Desarrollar destrezas creativas e innovadoras de liderazgo para proponer o mejorar productos turísticos, combinando adecuadamente los elementos de la mezcla de mercadeo.

- **Asumir funciones de responsabilidad en operaciones del sector turístico, con capacidades de creatividad e innovación.**

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

El proceso de formación del Tecnólogo en Turismo e Idiomas está organizado en tres niveles que permiten abordar de manera secuencial y progresiva las etapas de formación que conducirán al estudiante de lo básico y fundamental a lo específico profesional y finalmente a la integración de conocimientos y habilidades en su visión global, y realidad compleja e interdependiente.

Cada nivel comprende dos semestres y para cada semestre se definió un eje temático que orienta todas las asignaturas incluidas en él hacia un propósito de formación específica tanto a nivel de contenidos como del desarrollo de capacidades y habilidades.

a. Niveles de formación

Los seis semestres de formación se han estructurado en tres niveles así:

- **Formación general básica: Comprende el I y II semestre y tiene como objeto y centro de interés el desarrollo del ser humano en torno a los valores necesarios en el ciudadano colombiano, para el logro de la paz y su función social como profesional cuidadoso de los recursos naturales y la**

conservación del medio ambiente. En este nivel el estudiante adquiere los fundamentos de su perfil como servidor turístico y las bases teóricas del turismo como actividad social y empresarial.

- **Formación específica:** Comprende el III y IV semestre y tiene por objeto el conocimiento del campo laboral del futuro egresado y el entrenamiento en las técnicas necesarias para su desempeño en los distintos puestos de trabajo del sector turístico, lo anterior, a través de un conocimiento del contexto social económico de la actividad turística y de las tecnologías que garantizan la eficacia y la eficiencia de los servicios ofrecidos a los usuarios.
- **Formación integradora:** Comprende el V y VI semestre y tiene por objeto utilizar todos los conocimientos adquiridos para elaborar proyectos que planteen propuestas y planes que contribuyan al desarrollo del turismo, mediante las estrategias de investigación, planeación y mercadeo. En esta etapa se evidencia la integración del currículo a través de proyectos que conjuguen los conocimientos de los idiomas extranjeros, el turismo, la tecnología y la investigación para enfatizar en la formación integral del ciudadano mundial, acorde con el concepto de globalización y con la realidad misma, pues toda situación o problema es complejo y en su tratamiento intervienen no solo lo científico sino también lo efectivo, lo ético, lo cultural etc.

b. Núcleos temáticos y problemáticos.

El núcleo temático es el eje en torno al cual deben circunscribirse los contenidos de todas las asignaturas de un mismo semestre. Esta estructura nuclearizada posibilita la interdisciplinariedad, pues las materias de cada semestre se entrelazan orientadas hacia el logro de una formación integral, desde la concepción de la globalización del conocimiento.

Las asignaturas adscritas al núcleo deben tener como norte el propósito de formación señalado en este; propósito que al mismo tiempo constituye la línea de investigación del respectivo semestre, y que define la problemática a tratar en el proyecto de investigación interdisciplinaria del semestre.

El núcleo problemático o problémico plantea la operacionalidad del eje temático, señalando las situaciones que se deben resolver, los problemas en torno a los cuales se deben enfocar los contenidos y dinámica de las asignaturas

Plan de Estudios del Programa de Tecnología en Turismo e Idiomas

El Programa de Tecnología en Turismo e Idiomas en su Plan de Estudios organiza de acuerdo con su nivel de complejidad en los componentes de:

- ◆ **Fundamentación Científica: Epistemología, Seminario Investigativo, Opción de Grado I y II.**

- ◆ De fundamentación básica: Informática, Administración General, Estadística, Contabilidad, Costos y Presupuestos sistematizado, empresarismo.
- ◆ De formación humanística: Cátedra Mayorista I y II, Relaciones Humanas, Etiqueta y Protocolo, Ética Profesional e Historia de Cartagena y Monumentos.
- ◆ De fundamentación específica tecnológica: Inglés, Francés, Comunicación Oral y Escrita I y II, Teoría Turística, Desarrollo y Medio Ambiente, Psicología del Turismo, Administración de Establecimientos Turísticos, Transporte Turístico, Historiografía Turística, Recepción y Habitaciones, Alimentos y Bebidas, Seminario Zeus, Inventario Turístico, Operación de Agencias de Viajes, Seminario Amadeus, Mercadeo Turístico, Planeación y Desarrollo Turístico, Organización de Eventos, Legislación Turística, Prácticas y Electivas de Énfasis. Ver Anexo 1

Esta estructura busca la integración entre los contenidos teóricos y la práctica permanente fortaleciendo la enseñanza problémica, donde el proceso de enseñanza y aprendizaje orienta los conocimientos hacia un objetivo afín, y fortaleciendo la inter y transdisciplinariedad, con la concurrencia simultánea o sucesiva de saberes sobre un mismo problema o proyecto.

Como se puede observar el programa presenta coherencia entre su perfil de formación y las competencias que busca desarrollar en los estudiantes y

futuros egresados; sin embargo, los resultados obtenidos en las diferentes encuestas a egresados y las entrevistas que se hicieron a personas del sector productivo turístico, permiten establecer que hay áreas donde se debe profundizar y analizar con mayor cuidado.

Los egresados manifestaron que a su juicio lo más débil que tiene el plan de estudios es la intensidad horaria de muchas de las asignaturas que lo contemplan. Como por ejemplo, los idiomas, donde en las seis horas semanales deben trabajar todos los aspectos del mismo como son listening, speaking, reading and writing y no se cuenta con clubes de conversación u otros espacios que propicien el uso de los mismos por fuera de las clases, no hay un ambiente de bilingüismo. Ante esto manifestaron que les toca profundizar con cursos adicionales para tener un manejo competitivo de los idiomas extranjeros, especialmente, el inglés, ya en el campo laboral, como se puede ver en las gráficas 4 y 5 anteriormente presentadas.

Vale la pena mencionar que causa curiosidad tanto para las investigadoras como para los egresados el hecho de que los idiomas extranjeros que ellos consideran una fortaleza, al momento de egresar una vez cuando confrontan estos conocimientos ya en las actividades laborales reconocen que deben profundizar en su aprendizaje y contextualizarlos al campo turístico.

También consideran que las clases de Zeus y Amadeus cuentan con muy poco espacio, haciendo más difícil su aprehensión teniendo en cuenta que solo pueden trabajar durante las horas de clases, que no son suficientes, por los problemas en número de computadores frente al número de estudiantes y por lo extenso que es el programa de estos software, sumado al hecho que solo se trabajan en las clases ya que estos programas no se pueden bajar para practicar en casa, debido a que son software académicos y de uso limitado al interior de las Instituciones que los adquieren, debido al alto costo que poseen y por último manifestaron que no se trabaja mucho lo relacionado con la atención al cliente, ya que algunos aspectos se abordan desde diferentes clases pero no se profundiza en ellos. Gráficas 4 y 5.

Por otro lado, el sector productivo, a través de las diferentes entrevistas que se hicieron a personas vinculadas con hoteles, agencias y aerolíneas, expresa su preocupación con relación a los idiomas, atención al cliente y a la parte de geografía turística. Coincidiendo las dos primeras asignaturas con lo manifestado por los egresados. Ellos consideran que algunos presentan poca fluidez en los idiomas, aspecto que recomiendan fortalecer.

Con relación a la atención al cliente expresan que les falta una mejor expresión tanto gestual como oral, que optimice la interacción con todas aquellas personas que de una u otra manera tienen contacto directo con ellos.

Profundizando en el aspecto de la Geografía turística, los empresarios manifestaron que los egresados muestran debilidad en los conocimientos de ubicación de sitios y atractivos turísticos tanto regionales como nacionales e internacionales, al mismo tiempo que de la historia de esos mismos sitios.

Lo anterior evidencia que el perfil de formación, visibilizado a través del plan de estudios del programa de Turismo e Idiomas de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar, debe ser revisado y ajustado a las necesidades actuales del sector productivo turístico, mediante cambios metodológicos en la enseñanza de los idiomas, la inclusión de temáticas de geografía turística e implementación de estrategias que refuercen la habilidad en el manejo de los software turísticos que se enseñan en la Institución. Es importante mencionar que hay otras áreas del plan de Estudios que no ameritan ser intervenidas, ya que los resultados de la investigación presentan con claridad aquellas cuyos contenidos y metodología de enseñanza deben ser revisadas y mejoradas.

Con base en lo anterior, las autores presentan una propuesta que enfatiza en la necesidad de revisar el plan de estudios y aspectos curriculares del Programa de Turismo e Idiomas, en lo relacionado con contenidos e intensidades horarias, buscando con ello la formación de profesionales más competentes en el campo turístico y la satisfacción de las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Cartagena

de Indias, Distrito Turístico por excelencia y del mismo Sector Turístico para brindar servicios de las más altas calidades.

6. CAPITULO VI

Las investigadoras se centraron principalmente en los hoteles, las agencias de viajes y las aerolíneas, atendiendo a que las encuestas a los egresados arrojaron el dato sobre los lugares donde ellos laboran una vez finalizan su formación académica en la ITCMB.

Lo anteriormente analizado, de manera puntual, en los capítulos IV y V, permite al grupo investigador presentar una propuesta de lineamiento para la proyección académica del programa de Turismo e Idiomas, orientada a darle mayor pertinencia a su plan de estudios y a algunos aspectos curriculares como los contenidos mínimos de las asignaturas que lo componen, en aras de darle mayor competitividad en el marco de la oferta educativa- turística actual con el fin de lograr que desde las aulas y los diferentes espacios académicos los estudiantes puedan superar las falencias presentadas por los egresados de los últimos cuatro años.

PROPUESTA DE LINEAMIENTOS PARA LA PROYECCIÓN ACADÉMICA DEL PROGRAMA DE TURISMO E IDIOMAS EN EL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA.

Analizando la oferta educativa de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar en lo referente al Plan de Estudios del programa de Turismo e Idiomas, se puede evidenciar que propende por dar respuesta a los cambios acelerados

que se vienen dando a nivel mundial en materia turística pero sobre todo a las necesidades de formación de este sector. En su misión se destacan aspectos relevantes del desempeño de sus egresados en las diferentes áreas de las empresas del sector turístico, ocupando un lugar significativo la habilidad de comunicarse en tres idiomas, situación esta que llama poderosamente la atención al grupo investigador toda vez que la mayor queja que tienen los empresarios del sector turístico y los mismos egresados está direccionada a esta área de formación, específicamente el idioma inglés, lengua que es la más usada en el contexto turístico.

De igual manera en el plan de estudios se observan ciertas debilidades que los egresados evidenciaron en sus encuestas como es la intensidad horaria de los idiomas extranjeros y de los softwares Amadeus y Zeus y un componente muy importante que ocupa un lugar destacado en la prestación de los servicios turísticos como es la atención al cliente.

Así mismo, las empresas del sector turístico entrevistadas coincidieron con lo expresado por los egresados y con lo que las autoras encontraron en el plan de estudios relatado previamente, pero además agregaron un componente como es las falencias presentadas en cuanto al conocimiento de la geografía nacional e internacional direccionada a los componentes naturales del turismo que constituyen un elemento esencial al momento de construir, promocionar, vender y operacionalizar la oferta turística.

OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Proporcionar lineamientos para fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje de los idiomas extranjeros Inglés y Francés, los softwares turísticos Amadeus y Zeus, y potencializar la Atención al Cliente y los contenidos de Historiografía con el fin de alcanzar el nivel requerido por las empresas del sector para seguir formando profesionales íntegros a través del programa en Tecnología en Turismo e Idiomas de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar.

Consideraciones Generales

1. Lenguas Extranjeras

En lo relacionado con la educación, el documento Visión Colombia 2019, pretende que las debilidades presentadas en ésta se logren superar para esa fecha, es así como en lo relacionado con el idioma inglés proyecta que los egresados de los programas de educación superior “deberán ser capaces de comprender textos complejos en el campo de su especialidad, comunicarse con fluidez con habitantes nativos, producir textos detallados sobre temas diversos y argumentar sus puntos de vista”, enmarcándolo en las competencias comunicativas establecidas por el Marco Común Europeo.

El documento realza la importancia de las estrategias empleadas por las instituciones educativas para la enseñanza de este idioma, con el fin de satisfacer las exigencias del sector productivo en cuanto a las competencias,

en inglés, que este requiere. Indica que todo esfuerzo para enseñar la lengua extranjera será infructuoso si “no se corresponde con una demanda explícita de competencias en inglés como requisito para desempeñar cargos...”

El documento incluso, proyecta la evaluación y certificación de competencias tanto para los docentes como para los estudiantes, lo que hace pertinente mejorar las competencias de los estudiantes del Programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB en el campo de los idiomas.

Así mismo, el Ministerio de Educación Nacional, mediante el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas, que busca asegurar la calidad de la educación superior, presentó a la ITCMB, a través de su par académico la doctora Ofelia May, unos resultados que apoyan los hallazgos encontrados por el grupo investigador, tal es el caso de las fortalezas de la enseñanza de los dos idiomas, si se tiene en cuenta que la ITCMB es la única que ofrece en su programa de Turismo la enseñanza de los idiomas francés e inglés, al mismo tiempo que el gran impacto que tiene el Programa de Turismo e Idiomas de la Institución en el sector productivo de Cartagena de Indias, lo cual se puede observar en el anexo 7.

En este orden de ideas, y en aras de dar respuesta a las exigencias proyectadas para 2019, el grupo investigador recomienda para el aprendizaje

de Lenguas Extranjeras en el programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, lo siguiente:

- a) Aumento de los créditos a 4, para ambos idiomas, Inglés y Francés, para que las horas presenciales sean 8, de las cuales dos se dediquen exclusivamente a la práctica de las habilidades del habla y la escucha. Lo anterior debe ir acompañado de la tecnología y el uso de un software técnico para ambos idiomas, donde la adecuación del Laboratorio es necesaria, aprovechando las herramientas instaladas en él, como son las conexiones que llevan el sonido a las diademas, con el fin de que la escucha sea individualizada y no general, ya que si se hace con grabadora, el sonido de ésta se pierde en el espacio, generando distracción en el estudiante y con ello la falta de apropiación del conocimiento. De igual forma evitar que los ejercicios de escucha se hagan en los salones de clases, porque debido a su ubicación, el ruido externo interfiere y no permite realizar estas actividades de forma idónea. Esta recomendación coincide con otro de los apartes presentados por el MEN en cuanto a la infraestructura y los recursos de aprendizaje necesarios para la apropiación de los idiomas extranjeros. Anexo 8.**
- b) Crear estrategias que fomenten el autoaprendizaje por parte de los estudiantes y que las horas independientes sean productivas, lo cual se puede afianzar con la creación de espacios que propicien la práctica de los**

idiomas al interior de la Institución y fuera de los horarios normales de clases. Es decir, se debe propiciar un ambiente real de bilingüismo.

- c) En concordancia con lo anterior y atendiendo que para el grupo investigador el proceso enseñanza-aprendizaje de las lenguas extranjeras se debe centrar más en el aprendizaje que en la enseñanza, lo que ubica al estudiante como el gestor del mismo, valdría la pena hacer una investigación al interior del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, para identificar las estrategias de aprendizaje que usan los estudiantes y de qué manera éstas influyen en el desarrollo de las competencias comunicativas en las lenguas extranjeras. La realización de esta investigación resulta importante, debido a que estas estrategias son las que, en determinado momento precisan, motivan y propician la participación activa del estudiante, llevándolo a direccionar su propio aprendizaje, lo cual es esencial para el desarrollo de la competencia comunicativa.

Tanto el punto b como el c, nuevamente coinciden con las recomendaciones presentadas por la doctora Ofelia May, del Ministerio de Educación Nacional, en la entrega de resultados del Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas, a la ITCMB. En él se resalta el fortalecimiento de las estrategias para "auto-regular, monitorear y evaluar el aprendizaje propio". Anexo 9.

Otro elemento importante que hace débil el proceso de formación de los estudiantes y posterior egresados del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, está asociado con la falta de iniciativa y baja autoestima que presentan la mayoría de los jóvenes que estudian en la Institución, lo cual se ve reflejado en la manera cómo ellos asumen el compromiso de formación, de manera que dicha investigación aportaría elementos importantes para que la Institución determine las estrategias a implementar.

d) Desde la asignatura Organización de Eventos del programa Turismo e Idiomas de la ITCMB, se realiza un evento en el quinto semestre por periodo académico, es decir dos por año, momento en el cual los estudiantes deben poseer un dominio apropiado de los idiomas extranjeros y sería pertinente institucionalizar que uno de estos dos eventos sea realizado en ambos idiomas inglés y francés, donde los facilitadores sean los estudiantes de V y VI semestre y el público asistente, los estudiantes de primero a cuarto semestre, y que la temática tratada sea sobre turismo. Que el formato empleado conduzca a evidenciar el desempeño de todos los actores, con el propósito de evaluar no solo a los facilitadores sino a los asistentes. Todo el ambiente debe reflejar el bilingüismo.

Se propone que el evento que se realice con esta característica sea el del segundo periodo académico, teniendo en cuenta que durante los últimos años, se ha manejado que el del primer periodo es de escogencia libre por parte de los estudiantes y el del segundo está direccionado por el programa o la misma

Institución. Para el logro de esta recomendación se hace necesario que la actividad sea apoyada de manera sustancial por los docentes de inglés y francés.

e) Desde la Coordinación de Idiomas se recomienda liderar clubes de conversación, en ambos idiomas, orientados a temáticas y tendencias actuales del turismo, que cuenten con espacios apropiados para el desarrollo de los mismos, lo cual contribuiría en gran manera a alcanzar el nivel de competencia esperado, designado como una oportunidad por parte del MEN. Anexo 10

Así mismo se recomienda la recuperación de la Jornada Bilingüe, que se desarrollaba hasta hace unos años, en donde los estudiantes tengan la oportunidad de mostrar sus cualidades en canto, poesías, dramatizaciones, karaoke, entre las diferentes actividades culturales, lo mismo que concursos de speech, y spelling que les afiancen la habilidad en la pronunciación, la escritura y la comprensión auditiva.

Durante el desarrollo de esa Jornada se deberán realizar foros y/o conversatorios con invitados hablantes nativos tanto en inglés como en francés, de temas actuales de interés.

Otra estrategia recomendada es la creación de un periódico universitario bilingüe, en el que los estudiantes sean los participantes principales del proceso

de construcción del mismo, a través de noticias, documentales, entrevistas relacionadas con el turismo a nivel local, regional, nacional e internacional.

Por último se recomienda la creación de un periódico mural, organizado por secciones, ya que este es un elemento valioso de bajo costo que les permitirá a los estudiantes publicar noticias en ambos idiomas de carácter social, cultural, deportivo, entre otras, tomadas de revistas y periódicos internacionales o bajadas del internet.

2. Softwares Especializados: Zeus Hotelero y Amadeus Básico

Teniendo en cuenta que a nivel mundial los sistemas de información y tecnología han ido avanzando de manera vertiginosa, permitiendo relaciones comerciales más ágiles y efectivas, no se puede dejar de lado el uso de los Sistemas Globales de Información del sector turístico, el cual se ubica entre uno de los sectores más fuertes de la economía mundial, y es considerado como un gran generador de datos e información que permite la elaboración de los productos y servicios que se ofertan a través de los tour operadores y empresas del sector en aras de dar respuesta a las necesidades de los consumidores finales conformados por los turistas.

Hoy en día, una de las dificultades a las que se enfrentan las empresas del sector turístico a la hora de diseñar sus productos es casualmente la falta de información sobre las disponibilidades de servicios, las programaciones

actualizadas, las características de los servicios, entre otras, la cual puede ser adquirida a través de software especializados como Amadeus y Zeus.

De acuerdo con Valles (1999), existen dos factores que hacen que la industria turística sea potencialmente atractiva para el desarrollo de tecnologías de información: el turismo es una actividad interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente y; por otro lado, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos.

- a) Por tanto el grupo propone: Aumentar el número de créditos que se tienen asignados al software Amadeus, ya que la herramienta necesita de práctica constante que garantice el dominio del mismo. De igual forma se debe considerar el aumento del número de equipos óptimos y la instalación de un video beam conectado a un equipo con el software en la sala en donde se encuentra instalado, con el fin de facilitar el proceso de la enseñanza-aprendizaje y la optimización del tiempo. Para ello, se propone restarle un crédito a la asignatura de Operación de Agencia de Viajes que en la actualidad tiene 3, quedando con 2 y aumentárselo al software Amadeus que en el momento tiene 1 y con el nuevo crédito tendría 2, es decir cada una quedaría con 2 créditos teniendo en cuenta que éste es el complemento práctico de la otra asignatura.

- b) Igualdad en las horas asignadas para ambos software, considerando que hoy en día, el software Zeus cuenta con dos créditos mientras que Amadeus cuenta con uno solo a pesar de que la temática del segundo es más extensa que la del primero.
- c) Atendiendo que los softwares son de uso exclusivo en el recinto de la ITCMB, institucionalizar horarios adicionales, en la misma jornada y / o en jornada contraria, en la sala de informática para la práctica de los estudiantes y de esta manera hacer efectivas las horas independientes. El grupo propone como estrategia que aquellos estudiantes que tengan el manejo de los softwares de Amadeus y Zeus y lo certifiquen, pueden ser monitores de sus compañeros. Para ello se debe organizar un horario en la sala de informática donde se encuentren instalados los programas y darlo a conocer al resto de estudiantes. Los monitores deben tener un reconocimiento a través del programa de becas que maneja la dependencia de bienestar estudiantil.
- d) Institucionalizar las certificaciones de los estudiantes en los diferentes softwares. Se debe implementar con carácter obligatorio, no opcional. Esta información debe estar consignada en los folletos de publicidad del programa. Se debe mencionar en la inducción para que los estudiantes se vayan preparando y los docentes de estos dos softwares deben desde el inicio de clases recordarles e inclusive se debe intentar que estas certificaciones formen parte del curso.

- e) Ubicar los software de acuerdo con el semestre en que les corresponde hacer las prácticas a los estudiantes, es decir, Zeus debería estar en IV semestre debido a que una vez finalizan satisfactoriamente el semestre, ellos inician sus procesos de práctica I, la cual corresponde a la realizada en el hotel. Así mismo, Amadeus debería estar en el V semestre, ya que la práctica II, que en su mayoría corresponde a las realizadas en las agencias de viajes o aerolíneas, inician tan pronto aprueban su V semestre. La anterior recomendación se basa en que si se afianzan estos conocimientos de manera inmediata, en sus sitios de prácticas, los mismos perduraran de manera efectiva.

3. Atención al Cliente

- a) En lo referente a la atención al cliente, como no está explícita en el Plan de Estudios no existe ninguna asignatura que trabaje de manera profunda esta temática, por lo cual se propone que la misma sea el eje integrador de las asignaturas de Relaciones Humanas y Etiqueta y Protocolo, donde la primera debe enfocarse a potencializar las relaciones tanto las intrapersonales como las interpersonales que se presentan en su vida laboral y la segunda con todo lo relacionado a la etiqueta y protocolo que se debe seguir de acuerdo a las diferentes actividades dentro del sector turístico.

Es tan importante la formación integral para el éxito personal y de las empresas, que en el informe presentado a la ITCMB por parte del Ministerio de Educación Nacional, a través de la doctora Ofelia May, se refiere al respecto, dejando claridad en que no bastan los aspectos cognitivos para la formación en la educación superior sino también los relacionados con la personalidad que en definitiva son los que permiten la buena atención al cliente. Anexo 11

- b) Por otro lado, se recomienda hacer énfasis a través de la asignatura de Psicología del Turismo, de las diferentes culturas que tienen los turistas que llegan a Cartagena, para a partir de allí ser más eficaces en el trato que se les debe brindar; para ello el grupo investigador recomienda el aprendizaje experiencial, que coloca a los estudiantes en situaciones reales de trabajo bajo presión, muy frecuente en el sector, como una de las estrategias que se deben utilizar para el aprendizaje significativo de los estudiantes, lo cual los lleva a una reflexión sobre su futuro quehacer.

- c) Realizar seminarios extra curriculares con personas del sector, de manera que los estudiantes vivencien las necesidades de formación que requieren los empresarios al respecto y conozcan las competencias laborales exigidas por ellos.

4. Geografía turística.

Revisando el Plan de Estudio se observa que la asignatura Geografía Turística, como tal, no hace parte del mismo, sin embargo figura Historiografía Turística, desde la cual se infiere que se trataran temas relacionados con la Historia y la Geografía con un enfoque turístico. No obstante, revisados sus contenidos mínimos, se encuentra que están direccionados hacia la historia y no posee ningún componente de geografía, por lo que se propone desde la asignatura Historiografía Turística una reestructuración profunda de sus contenidos, más no de ampliación de créditos, que apunte a la enseñanza de la geografía turística local, nacional e internacional, lo mismo que al estudio de la historia de sitios más emblemáticos en materia de turismo a nivel nacional e internacional. Lo anterior puede ser reforzado con la implementación del manejo de las diferentes herramientas tecnológicas para la ubicación geográfica como GPS-Global Position System, y el manejo del Googlemap, entre otros que si bien son gratuitos, se requiere un entrenamiento en el manejo de los mismos para lo cual será necesario adaptar los horarios de las salas informáticas y los equipos con el fin de que esta actividad sea incluida dentro de la programación semestral de la asignatura. Si bien es cierto que con estas herramientas tecnológicas se logra fortalecer la ubicación de sitios dentro del contexto turístico, no se puede dejar de lado que la sola ubicación no es suficiente al momento de orientar y asesorar eficazmente al turista, sobre atractivos y servicios prestados en esos lugares.

Para que el estudiante pueda confrontar el conocimiento desarrollado en el aula con el contexto turístico real, el programa de Turismo e Idiomas cuenta con la estrategia de las Salidas Académicas organizadas desde los diferentes semestres, y que tienen como objetivo construir desde el punto de vista de un gestor turístico, una visión objetiva de la importancia de los servicios y atractivos turísticos de una región, teniendo en cuenta el papel que en ella juegan los diferentes monumentos y atractivos – naturales y artificiales que la conforman. Desde esta Salidas se logra fortalecer el conocimiento sobre la geografía de los lugares visitados y la historia de los mismos, a partir del estudio del sitio a visitar, antes de llegar a él, de tal manera que con base en el referente que se tiene puedan dar una mirada académica a los recorridos, visitas y demás actividades que se programan en el lugar y que refuerza competencias tales como, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, conocimiento de sitios de interés turístico y reflexiones sobre su posible ambiente de trabajo. Sin embargo es bueno reconocer que no son suficientes para el bagaje de conocimientos geográficos turísticos que el estudiante debe manejar al momento de egresar de la Institución, lo que motiva al joven a tomar consciencia de la importancia de la lectura sobre todo tipo de temas turísticos.

CONCLUSIÓN

La presente investigación le permitió a las autoras identificar y profundizar en los requerimientos en materia de conocimientos y competencias laborales del sector turístico de Cartagena, representado en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas, a través de la indagación y apropiación de aspectos fundamentales obtenidos mediante consultas a fuentes internacionales y nacionales que se convirtieron en referentes permanentes, bajo el rigor metodológico de la investigación cualitativa.

Durante el desarrollo de esta investigación las fuentes consultadas brindaron información necesaria para la construcción del análisis y evaluación del sector turístico de la ciudad de Cartagena, delimitado en el subsector de los Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas, en función de las fortalezas y debilidades de los egresados del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB, frente a las necesidades de formación que dicho sector requiere, propuesto como objetivo general, así como elaborar los ajustes necesarios para el programa de Turismo e Idiomas, como una respuesta a las necesidades laborales que rigen este mercado en la actualidad.

Para llegar a esta conclusión se alcanzaron los objetivos específicos de la investigación en el siguiente orden lógico, como se mencionó al inicio de este trabajo:

1. El diagnóstico de las necesidades del sector turístico, se hizo con base a los manuales de operaciones de los hoteles Las Américas Global Resort, y Royal Decamerón; y los requerimientos laborales de las agencias de viaje Mar y Mar, Aviatur, Over Rabbit y Contactos L'Alianza; y la aerolínea Avianca. Del mismo modo se hicieron entrevistas a los Directivos y Funcionarios del sector turístico seleccionado y se aplicaron encuestas a los egresados determinados por la muestra obtenida a través de la fórmula científica y fue gracias a los datos obtenidos, que se pudo establecer el estándar de selección actual de las empresas del sector turístico de Cartagena, así como sus criterios de evaluación y juicio para los empleados de las mismas. Se encontró que tanto las fortalezas como las debilidades de los egresados se agrupan en tres áreas principales, que son: Idiomas, software turísticos (Amadeus y Zeus) y atención al cliente; seguidas por el área de geografía turística.
2. Se realizó la relación de los requerimientos encontrados en el diagnóstico con los perfiles curriculares del programa de Turismo e Idiomas, identificando los aspectos más sobresalientes del personal egresado, también se señalaron los criterios a mejorar dentro del plan de estudio y los

contenidos mínimos de las asignaturas del programa. En este aparte se pudo constatar que el enfoque institucional, en gran medida, responde a las necesidades del sector turístico pero en áreas claves como el dominio de las lenguas extranjeras y los software turísticos Amadeus y Zeus, no está respondiendo a las exigencias del sector turístico, como tampoco lo relacionado con la atención al cliente, geografía turística, además se hace necesario hacer ajustes a algunas asignaturas como Psicología del Turismo, Historiografía.

3. La propuesta lineamientos de mejoramiento para el programa de acuerdo con lo identificado previamente se realizó a profundidad y se incluyeron los argumentos pertinentes para las mismas, teniendo en cuenta las categorías ya mencionadas. Se listaron lenguas extranjeras, atención al cliente, manejo de software y geografía turística, todas respondiendo a las realidades académicas del programa de Turismo e Idiomas de la ITCMB.

Teniendo en cuenta la relación existente entre necesidades laborales y la preparación brindada por instituciones educativas en el área de turismo, se puede constatar que en Cartagena, el sector turístico está exigiendo cada vez más un incremento en la calidad, por encima de la cantidad, lo que obedece a una demanda más exigente por parte del turista, impulsada por el posicionamiento de la ciudad como un destino internacional que debe estar a la altura de su nombre y fama. Por lo tanto, para cerrar la brecha entre lo que el

tecnólogo en Turismo e Idiomas aprende como estudiante dentro de la ITCMB y lo que aplica como egresado, antes que un cambio en tendencias académicas requiere un refuerzo en las habilidades y competencias claves de la profesión.

RECOMENDACIONES

A partir del análisis de las necesidades de formación que tiene el sector turístico para el nivel de tecnología y con base en los resultados de las encuestas realizadas, el Grupo investigador recomienda tener presente:

Una metodología flexible y abierta, basada en el auto aprendizaje y adaptada a las capacidades, facultades y necesidades del estudiantado y de lo que necesita el sector turístico —promoviendo de este modo el aprendizaje significativo— que facilite la conciliación de la enseñanza aprendizaje con otras tareas y compromisos del grupo participante.

Por otra parte, también es necesario preparar secuencias de actividades que requieran poner en juego capacidades cognitivas con diferentes niveles de complejidad, comenzando por algunas sencillas como extraer datos que están explícitos en una fuente, luego poder relacionar esos datos y clasificarlos, realizar inferencias y establecer distintos tipos de relaciones a partir de conocimientos previos, comparar fuentes, formular hipótesis o que permitan ir preparando a los futuros egresados a las diferentes situaciones que tienen que atender en el campo turístico, algunas de ellas inclusive con un alto porcentaje de stress, ya que los tiempos en este sector son muy determinantes.

Se recomienda generar un diseño didáctico del proceso de enseñanza y aprendizaje centrado en los intereses, saberes y capacidades del estudiante y

en el que la función del docente sea motivar, promover y orientar el aprendizaje. En este sentido adquiere importancia la participación de los estudiante; deben proporcionárseles múltiples oportunidades de actuar, practicar y hacer revisiones parciales y revisiones integradoras con el propósito de lograr una mejor apropiación de los contenidos y una mejor fijación de los aprendizajes, en todas las asignaturas, pero de manera especial en el área de los idiomas extranjeros, donde la adquisición de la competencia comunicativa del idioma inglés, por ejemplo, es la herramienta fundamental para poder atender los retos que imponen las nuevas relaciones económicas como por ejemplo el Tratado de Libre Comercio, los nuevos mercados internacionales que se están abriendo para Colombia y en especial para Cartagena.

Así mismo, se hace importante tener espacios académicos, donde los estudiantes asuman roles, que los vaya preparando de manera significativa para la atención de los turistas, sus clientes potenciales, y para el buen desempeño en las diferentes áreas y departamentos de las empresas que conforman el sector turístico.

Se recomienda revisar los aspectos curriculares la enseñanza del idioma inglés por parte de los docentes, resaltando que éste sea basada en competencias.

Se hace necesario que la Institución cuente con mayores recursos didácticos, grabadoras, laboratorio de idiomas, salas de multimedia, etc., tanto para

estudiantes como para los docentes, que permitan el aprendizaje significativo de los idiomas, especialmente Inglés, que es tan importante para el sector turismo.

Velar porque el número de horas destinado para la enseñanza y aprendizaje del idioma inglés, de los software turísticos, de geografía turística y de atención al cliente sean las adecuadas para el logro de las competencias que está requiriendo el sector turístico.

Para terminar, las autoras de esta propuesta invitan a la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar y en particular a la Unidad de Administración y Turismo desde su programa de Turismo e Idiomas, como pionera en el campo turístico, a la puesta en práctica de la propuesta que se ha presentado, para potencializar este programa Académico con el ánimo que continúe liderando la formación de profesionales turísticos competentes con un alto sentido de responsabilidad, ética y vocación de servicio, con el que se ha caracterizado a través de su historia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Barrios Salas, J. S. y Camargo Núñez, S. E. (2011). Trabajo de Grado Desarrollo Histórico del Currículo en los Espacios de Formación Femenina, Caso Colegio Mayor de Bolívar 1947 – 1970 en el Caribe Colombiano.
- ✓ Becerra Rodríguez de, M. L. y Becerra Home, Y. A. (2008). Trabajo de Grado para optar el título de Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras "Educando para el Turismo".
- ✓ Bonilla, E. y Rodríguez, P. (2005). Más Allá del Dilema de los Métodos: La Investigación en Ciencias Sociales. Colombia: Grupo Editorial Norma
- ✓ Chopitea Chávez, I. Fundamentación Pedagógica para Propuestas Curriculares Educativas. Extraído el 5 de Marzo, 2012 de <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/fundamentacion-pedagogica-propuestas-curriculares-educativas.htm>.
- ✓ Decreto 1295. (2010).
- ✓ Decreto 2566. (2003).
- ✓ Díaz Alcaraz, F. (2002). Didáctica y Currículo: Un Enfoque Constructivista. (pp.83). España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- ✓ Flores Trejo, J. C. y Valderrama Martínez, J. A. (2002). Trabajo y Formación Profesional en Turismo: Reto Compartido entre la

Universidad y la Empresa – Docentes investigadores de la Escuela de Turismo de la Universidad Autónoma de Baja California.

- ✓ Flores Trejo, J. C., Valderrama Martínez, J. A. (2006), "La Educación Universitaria por Competencias y su Relación con el Empleo Turístico". Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Turismo y Mercadotecnia.
- ✓ Galeano Londoño, J. R. (2009). Innovar en el Currículo Universitario. Medellín: Editorial Grupo Chhes Facultad de Educación.
- ✓ Gimeno Sacristán, J. (1998), "El Curriculum: Una Reflexion sobre la Practica". (pp 34). España: Ediciones Morata.
- ✓ González, G. (2005). La Evolución del Turismo en el Caribe en los Últimos 20 años. http://www.turismo-responsable.org/experiencias/0611_exp_cuba/cuba1.pdf.
- ✓ Hender, Doffourt, Gineska; Garcia, Nathaly; González, Eduardo; Gómez, Giselle; Granado, Luis; Loyo, Sara; Pérez, Astrid; Pérez, Daliani de acuerdo con Valles (1999), Sistemas de Información Turísticos Centeno. <http://age.ieg.csic.es/docs/01-02-profes-turismo.htm>
<http://www.amadeus.com/co/x12274.html>
http://www.arearh.com/rrhh/capital_humano.htm
<http://www.aviacol.net/aviacion-civil/aerolineas-colombianas-en-operacion/avianca.html>
<http://www.cartagena.gov.co/prensa/default.asp?codigo=4698>

<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/multimedia/fotografias-esfericas-360o/cartagena-de-indias/2049hotel-royal-decameron-baru>

<http://www.contactos.com.co/historia.htm>

<http://www.decameron.com.mx/detalleHotel.php?numeroHotel=3>
http://www.grupoaviatur.com/es/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=4

<http://www.hotelplayaclubcartagena.com/>

<http://www.hotelplayaclubcartagena.com/info-corporativa/resena-historica-.html>

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacion-turisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>

- ✓ La Constitución Política de Colombia (1991)
- ✓ Ley 1188. (2008).
- ✓ Ley 30. (1992).
- ✓ Lillo Bañuls, A. (2009) “El Papel del Capital Humano en el Sector Turístico: Algunas Reflexiones y Propuestas”. España: Universidad de Murcia. Cuadernos de Turismo, Núm. 24. (pp. 53-64)
- ✓ Méndez, J. C. (2007). “La importancia del Capital Humano en las Organizaciones”. España. Extraído el 24 de Septiembre, 2011 de http://www.arearh.com/rhh/capital_humano.htm.
- ✓ Norma ISO 9001:2008
- ✓ Norma Técnica Sectorial NTS – TS 001-1. (2006).

- ✓ **Observatorio del Mercado Laboral de Cartagena y Bolívar- Inclusión Productiva en el Sector Turístico de Cartagena de Indias: Cerrando Brechas entre la Demanda y la Oferta para la Población en la Base de la Pirámide. Red de Observatorios Regionales del Mercado de Trabajo. (2011).**
- ✓ **PEP Turismo e Idiomas – Modificado. (2009).**
- ✓ **Peterson, D. K. (2004). The Relationship Between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment, Business & Society, vol. 43. n°3, (pp. 296-319).**
- ✓ **Plan Indicativo de Formación en Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de Turismo. (2009).**
- ✓ **Plan Nacional de Desarrollo Turístico. (2011–2014).**
- ✓ **Plan Sectorial de Turismo. (2011–2014). (pp.6)**
- ✓ **Plan Sectorial del Turismo. (2008–2010).**
- ✓ **Proyecto CONPES, Alianza Turismo Caribe. (2007- 2009).**
- ✓ **Sánchez Pérez, A. (2003). Libro Educando Educadores en Turismo- OMT-Instituto de Turismo, Empresa y Sociedad, Universidad Politécnica de Valencia - Directora del trabajo.**
- ✓ **Wheeler, D. K. (1985). Evaluación en : Desarrollo del Curriculum Escolar. (pp.287-308). Madrid: Aula XXI Santillana**

ANEXO 1

PLAN DE ESTUDIOS PROGRAMA TURISMO E IDIOMAS
Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar

Período Académico	Unidades Curriculares Básicas	Horas		Intensidad Horas/Sem	Créditos
		Docencia Directa	Trabajo Independiente		
	Inglés I	6	3		3
I	Francés I	6	3		3
I	Comunicación Oral y Escrita I	4	2		2
I	Teoría turística	2	4		2
I	Cátedra Mayorista	1	2		1
I	Administración General	2	4		2
I	Desarrollo y Medio Ambiente	2	4		2
I	Psicosociología del Turismo	2	4		2
I	Relaciones Humanas	1	2		1
I	Epistemología	1	2		1
I	Total	27	30		19

Período Académico	Unidades Curriculares Básicas	Docencia Directa	Trabajo Independiente	Intensidad Horas/Sem	Créditos
II	Inglés II	6	3		3

135

II	Francés II	6	3		3
II	Comunicación Oral y Escrita II	4	2		2
II	Administración de Establecimientos Turísticos	3	6		3
II	Transporte Turístico	1	2		1
II	Historiografía Turística	3	6		3
II	Informática	2	4		2
II	Cátedra Mayorista II	1	2		1
	Total	26	26		18

Período Académico	Unidades Curriculares Básicas	Horas		Intensidad Horas/Sem	Créditos
		Docencia Directa	Trabajo Independiente		
III	Inglés III	6	3		3
III	Francés III	6	3		3
III	Recepción y Habitaciones	2	4		2
III	Alimentos y Bebidas	2	4		2
III	Seminario Zeus	2	2		2
III	Inventario Turístico	2	4		2
III	Contabilidad General	2	4		2
III	Etiqueta y Protocolo	1	2		1
TOTAL		23	26		17

Período Académico	Unidades Curriculares Básicas	Horas		Intensidad Horas/Sem	Créditos
		Docencia Directa	Trabajo Independiente		
IV	Inglés IV	6	3		3
IV	Francés IV	4	3		3
IV	Operación de Agencias de Viajes	3	6		3

136

IV	Seminario de Amadeus	1	2		1
IV	Planeación y Desarrollo Turístico	2	4		2
IV	Costos y Presupuestos Sistematizado	2	4		2
IV	Historia de Cartagena	2	4		2
IV	Seminario Investigativo	1	2		1
IV	Prácticas I (Hotelería)		• 300		
IV	Electiva I	2	4		2
TOTAL		23	332		19

OBSERVACION: Cuarto Semestre tiene 18 créditos más Práctica, la cual se desarrolla en Épocas de Vacaciones principalmente O en jornadas contrarias.

Período Académico	Unidades Curriculares Básicas	Horas			Créditos
		Docencia Directa	Trabajo Independiente	Intensidad Horas/Sem	
V	Inglés V	6	3		3
V	Francés V	4	3		3
V	Mercadeo Turístico	2	4		2
V	Organización de Eventos	3	6		3
V	Prácticas II (Agencias)		• 300		
V	Estadística	2	4		2
V	Emprenderismo	2	4		2
V	Opción de Grado I	2	4		2
V	Electiva II	2	4		2
TOTAL		23	332		19

OBSERVACION: Quinto semestre tiene 19 créditos más práctica, la cual se desarrolla en épocas de vacaciones principalmente o en jornadas contrarias.

Período Académico	Unidades Curriculares Básicas	Horas		Intensidad Horas/Sem	Créditos
		Docencia Directa	Trabajo Independiente		
VI	Inglés VI	6	3		3
VI	Francés VI	4	3		3
VI	Legislación Turística	1	2		1
VI	Ética Profesional	1	2		1
VI	Prácticas II (Eventos)	1	40		1
VI	Opción de Grado II	2	4		2
VI	Electiva III	2	4		2
	TOTAL	20	59		13

ANEXO 2

ENTREVISTA ESTRUCTURADA EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS

Objetivo: Identificar las necesidades de formación del recurso humano que requiere el sector turístico cartagenero, para potencializar el programa de Turismo e Idiomas de la Institución Colegio Mayor de Bolívar.

- 1. ¿Cuáles son las funciones que regularmente realizan los egresados del programa de turismo de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar?**
- 2. ¿Cuáles son las fortalezas de los egresados para la función que desempeñan?**
- 3. A su juicio, ¿cuáles serían los puntos débiles a reforzar en nuestros egresados?**
- 4. ¿En qué departamentos son ubicados regularmente los egresados del programa de Turismo e Idiomas de la Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar?**
- 5. ¿Reciben en su empresa, egresados de otras universidades e instituciones que forman para el turismo?**
- 6. ¿Qué diferencias importantes existen entre nuestros egresados y los de otras universidades, en cuanto al desempeño de sus funciones?**

- 7. ¿Qué aspectos de la formación académica de nuestros egresados recomienda usted mejorar?**
- 8. ¿Cuáles son las necesidades de formación actuales de su empresa de acuerdo con las competencias de un tecnólogo?**
- 9. Atendiendo a lo planteado en el Plan de Desarrollo para el sector turístico 2011- 2014, ¿qué profesionales se requieren para potencializar la competitividad de la ciudad.**

ANEXO 3

ENCUESTA A EGRESADOS DE TECNOLOGIA DE TURISMO E IDIOMAS DE LA INSTITUCIÓN TECNOLÓGICA COLEGIO MAYOR DE BOLÍVAR

Objetivo: Conocer los cargos desempeñados por los egresados del Programa de Turismo e Idiomas, en las diferentes empresas del sector turístico, entre los años 2008-2011

- 1. ¿En qué subsector del sector turístico ha trabajado? (Hoteles, agencias de viajes, aerolíneas, restaurantes, otros cuáles).**
- 2. ¿Cuáles han sido las funciones desempeñadas en esas empresas? (Recepción, ama de llaves, mesa y bar, agente viajero, auxiliar de vuelo, venta de tiquetes, mesero, hostess).**
- 3. ¿Qué contenido de los aprendidos durante la formación representaron un mayor aporte para el desempeño de sus funciones? (Capacidades administrativas, lengua extranjera (francés, inglés), atención al cliente, otros cuáles?).**
- 4. ¿Al momento de iniciar su vinculación con el sector requirió fortalecer alguna(s) habilidad(es) específica(s) para poder cumplir la función asignada?
Si _ No_ Cual _____**
- 5. ¿Cuáles fueron las falencias en el campo del saber presentadas por usted al momento de iniciar sus labores?**

Cuales _____

ANEXO 4

	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

DIRECTORIO DE COMPETENCIAS

I. COMPETENCIAS CORPORATIVAS

Nivel de Dominancia	Descripción
<p>VOCACION DE SERVICIO: Capacidad para percibir, evaluar y responder eficazmente las necesidades de otros tratando de exceder las expectativas continuamente, y creando herramientas que posibiliten la vivencia de experiencias memorables de servicio para nuestros clientes.</p>	
0	<p>AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia. / El cargo no requiere conocimientos o capacidades relacionadas a esta competencia.</p>
1	<ul style="list-style-type: none"> • Establece un contacto cordial y amigable con el cliente (saludo cordial, amable, sonrisa, respuesta a preguntas básicas) • Da una respuesta oportuna a las necesidades del cliente. • Brinda un servicio amable y cordial. • Hace promesas realistas que pueda cumplir, tratando de no crear falsas expectativas.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda un servicio amable y oportuno en situaciones de alto estrés y presión. • Ofrece a través de preguntas, detalles acerca de las necesidades y preferencias del cliente. • Consulta las necesidades del cliente a través de sus vías de comunicación interna para que sean satisfechas. • Mantiene la calma ante las reacciones o estados de ánimo alterados de otros, devolviéndolos a situaciones que se previeron y/o gestionan.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Está a disposición del cliente de manera permanente y asume la responsabilidad directa en su satisfacción final. • Sobrepasa de manera constante los límites de su trabajo diario para brindar la satisfacción total del cliente. • Logra alguna recordación entre personal e instrucciones claves, por la calidad de su servicio y sus acciones basadas en seriedad. • Escucha al cliente de cada cliente para determinar la pertinencia de las propias acciones frente a sus necesidades.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Actúa en la búsqueda del mejoramiento permanente del proceso de atención al cliente. • Forma y orienta a otros empleados en la prestación eficaz del servicio. • Organiza al personal a su cargo, combinando las distintas competencias personales para lograr el impacto esperado en la calidad del servicio.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentra maneras nuevas y/o creativas para evaluar las necesidades de los clientes y satisfacerlas. • Identifica nuevas opciones de negocio que la organización y la organización una ventaja competitiva en el mercado. • Mantiene la satisfacción de los clientes sobre la calidad del servicio, busca retroalimentación por parte de ellos y define estrategias de mejoramiento.

	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

Nivel de Dominancia	Descripción
0	<p>APRENDIZAJE Y MEJORAMIENTO CONTINUO: Habilidad para adquirir y asimilar nuevos conocimientos y destrezas, para luego aplicarlos a la realidad en un corto periodo de tiempo. Deseo de actualizarse continuamente para mantenerse competitivo en el mercado laboral.</p> <p>AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia. El cargo no requiere conocimientos o capacidades diferenciadas a esta competencia.</p>
1	<ul style="list-style-type: none"> • Mantiene un nivel de conocimiento adecuado a su cargo. • Se informa de los acontecimientos que ocurren en el hotel y entabla con ellos su quehacer diario. • Participa en las distintas actividades de capacitación que se programan en la empresa.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra interés en relaciones o prácticas para enriquecer su perfil personal. • Recibe instrucciones nuevas y las aplica para mejorar su desempeño.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Se autoevalúa con la finalidad de plantearse retos y oportunidades de mejora. • Realiza un plan de formación personal, invirtiendo parte de sus recursos en su propia capacitación. • Se mantiene en constante actualización en métodos y procesos relacionados con su trabajo aportando ideas de mejoramiento a su grupo.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Participa activamente en los procesos de formación que se adelantan en la empresa, tanto en calidad de participante como de guía e instructor. • Busca altas estándares de calidad y excelencia en su trabajo, mostrándose como modelo en su área y en el ámbito personal. • Mejora cada día la gama de productos y servicios.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Se mantiene constantemente actualizado en su profesión o campo de acción. • Promueve el desarrollo para el capital humano de la organización, en concordancia con la misión del hotel.

	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

Nivel de Dominancia	Descripción
0	<p>RESPONSABILIDAD Y ETICA DEL TRABAJO: Capacidad para cumplir cabalmente las obligaciones y asumir las consecuencias de sus propias acciones o de las acciones de sus colaboradores, de manera coherente, dando un poco mas de lo que se le pide, realizando un trabajo de alta calidad y dentro de los límites de tiempo establecidos. El empleado debe usar todos sus recursos para sortear los inconvenientes propios del ejercicio de su cargo y ofrecer confiabilidad en las tareas, funciones y proyectos que le son asignados.</p> <p>AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia / El cargo no requiere conocimientos o capacidades diferenciales a esta competencia.</p>
1	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple a tiempo y con calidad las tareas que se le asignan. • Se acoge a un plan de trabajo predefinido, siendo consciente de las consecuencias de realizar cambios radicales en el. • Reconoce sus errores y asume las consecuencias de estos. • Se siente participe de la imagen del hotel frente al cliente, y adecuar sus acciones para satisfacerlo.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple cabalmente las responsabilidades asignadas, usando sus recursos personales para superar los obstáculos que se le presentan. • Alcanza un adecuado nivel de confiabilidad, desarrollando su trabajo sin requerir supervisión. • Cuida y organiza los recursos humanos, materiales, tiempo y conocimientos para alcanzar un adecuado nivel de desempeño.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple con un alto estándar de calidad sus responsabilidades y responde efectivamente por todas sus áreas claves de gestión. • Asume el compromiso directo por el logro de los objetivos de su grupo de trabajo, y actúa en consecuencia. • Muestra coherencia entre sus acciones (piensa, dice y hace), siendo ejemplo para su grupo de trabajo.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce e informa oportunamente acerca de problemas que puedan causar impacto en la compañía. • Cuida su imagen personal y la coherencia de sus acciones para que no afecte la imagen de la compañía, evitando caer en situaciones artificiales. • Defiende y actúa de acuerdo a los principios y valores del hotel. • Administra información confidencial y privada.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Se enfrenta a situaciones difíciles, de manera activa, asumiendo el compromiso personal por sortearlas. • Administra su tiempo y sus recursos en beneficio de la organización.

	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

Nivel de Dominancia	Descripción
0	<p>AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia / El cargo no requiere conocimientos o capacidades diferenciales a esta competencia.</p>
1	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce en detalle los productos o servicios que están relacionados con su área de desempeño. • Describe en forma general los servicios, productos y la manera en que opera el Hotel. • Asimila a historia, la cultura, misión, visión del Hotel. • Conoce la distribución física del hotel y ubica con claridad al cliente dentro de ella.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la historia de la ciudad y sus atractivos turísticos y los promueve. • Explica a otras personas la historia, cultura, valores, misión y visión de la organización.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la estructura del hotel y los segmentos del mercado al cual se dirige, para satisfacer las necesidades de los clientes.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña las estrategias competitivas que necesita la organización para atender y satisfacer las necesidades que tienen los segmentos de mercado que se establecieron como objetivo
5	<ul style="list-style-type: none"> • Establece métodos o mecanismos que pueden ayudar a poseer los servicios y productos de la compañía tanto en el mercado local como internacional.

	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

Nivel de Dominancia	Descripción
0	AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia / El cargo no requiere conocimientos o capacidades diferenciales a esta competencia.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Evalúa los recursos con los que cuenta para solucionar un posible problema sin supervisión directa. • Decide de manera coherente entre dos alternativas evaluando recursos y consecuencias resolviéndose en información obtenida de diferentes fuentes de la organización. • Consulta a otros con más experiencia a fin de hallar soluciones.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Evalúa las distintas situaciones, estableciendo posibles causas y soluciones de manera realista identificando pros y contras. • Se apropia de la información necesaria que le permita una visión objetiva de las situaciones. • Di, aloga y reflexiona en grupo... para hallar mejores alternativas de solución.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica actores involucrados en una situación específica. • Examina sistemáticamente un problema descomponiéndolo en partes más pequeñas e investigando cada parte. • Identifica las preocupaciones, las necesidades, los temores y los deseos que motivan las posiciones encontradas. • Toma en cuenta aspectos que vayan más allá de la información que tiene a la mano, y observar las situaciones en diferentes dimensiones.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue las causas de los síntomas. • Hace frente de manera decidida a los problemas para evitar consecuencias graves. • Toma decisiones de alto impacto, tomando en consideración los valores establecidos por el Hotel. • Distingue entre situaciones graves que merecen atención inmediata y dificultades que deben tomarse con calma.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza un diagnóstico completo de la situación, poniendo los problemas en contexto de todo el sistema y detectando las causas profundas. • Encuentra soluciones definitivas o fundamentales de los problemas, y proporcionar los recursos para implementarlos. • Realiza recomendaciones o toma decisiones utilizando información adecuada relacionada con el negocio, evaluando las implicaciones en el corto, mediano y largo plazo. • Aplica estrategias para implementar decisiones efectivas hechas en tiempo de crisis. • Se apoya de manera efectiva en las competencias personales y técnicas de los miembros del equipo para orientar la toma de decisiones.

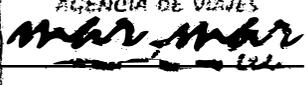
	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

	<p>VISION ESTRATEGICA: Capacidad para anticipar escenarios de posible evolución de la realidad, tanto en los aspectos tecnológicos y sociales relativos a la propia actividad, como a otros aspectos más complejos del entorno político, económico, social, cultural, etc. Implica además pensar sobre la base de la estrategia de la empresa y convertirla en objetivos concretos para el propio campo de responsabilidad.</p>
Nivel de Dominancia	Descripción
0	<p>AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia / El cargo no requiere conocimientos o capacidades diferenciales a esta competencia.</p>
1	<ul style="list-style-type: none"> • Alinea sus acciones diarias dentro de su trabajo, con las metas generales de su área • Buscar medidas para incrementar sus niveles de competencia dentro de la empresa para lograr mejores posiciones • Percibir las posibilidades que le ofrece su cargo, para realizar trabajos sobresalientes
2	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue oportunidades de negocio al tratar a clientes en situaciones cotidianas y canalizarlas de manera efectiva • Comprende a cabalidad la razón de ser de su trabajo en relación con la misión y visión de la compañía • Distingue situaciones que pueden generar ganancias adicionales o valor agregado para la empresa.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Informa y compromete a otros en el logro de las metas y objetivos de su área • Organizar recursos (logística, personas, tiempo, insumos) de manera estratégica para lograr el mayor impacto en el cliente interno y externo. • Muestra interés y apoya las estrategias que hacen la visión realizable. • Se apropia de un amplio conocimiento acerca de los procesos, estilo de dirección, productos, servicios de la organización
4	<ul style="list-style-type: none"> • Anticipar situaciones y escenarios futuros con acierto • Identificar personas claves y diseñar el entorno para retenerlas en la compañía • Es modelo e impulsador constante del compromiso con la misión y visión de la empresa. • Planear procesos de formación que le permitan al negocio mantenerse a la vanguardia
5	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar elementos claves para el éxito de la compañía, transformarlos y adaptarlos al entorno de esta. • Establecer planes estratégicos para llegar a las metas que se proponga la organización. • Conocer el segmento de mercado en el cual está inmersa la compañía y para mantener la competitividad. • Gestionar recursos y proyectos para posicionar la compañía en lo relacionado con su área de gestión.

	MANUAL DE COMPETENCIAS	Código:
	Departamento de Talento Humano	Fecha:

Nivel de Dominancia	Descripción
0	<p>TRABAJO EN EQUIPO: Capacidad para establecer una adecuada relación interpersonal y comprender la repercusión de las propias acciones sobre el éxito en las acciones de los demás, trabajar en conjunto para lograr los objetivos establecidos. Trascender los intereses y diferencias individuales orientándose a la acción colectiva y efectiva. Supone entender y valorar posturas distintas a la propia o puntos de vista encontrados, y enfocarse en una meta común.</p> <p>AUSENTE / NO APLICA El empleado no posee habilidades relacionadas con esta competencia / El cargo no requiere conocimientos o capacidades diferentes a esta competencia.</p>
1	<ul style="list-style-type: none"> • Se relaciona de manera cooperativa y respetuosa con sus compañeros, para lograr los objetivos establecidos en el equipo. • Mantiene una actitud abierta para aprender de los otros • Presta ayuda cuando se la solicite algún compañero, cliente o jefe.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Escucha el criterio que tienen los demás sobre un determinado aspecto sin crear conflicto o actuar de manera defensiva. • Reconoce sus limitaciones y pedir ayuda cuando la necesite. • Reconoce que sus errores pueden entorpecer el éxito de las metas que se plantea su equipo de trabajo.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Promueve la colaboración en su equipo, para crear ambientes de trabajo amistosos y cooperativos. • Tiene en cuenta las ideas y la experiencia de los demás antes de emitir un juicio o criterio. • Se expresa en forma positiva acerca de los miembros del equipo tomando en consideración sus habilidades y contribuciones. • Trasciende los intereses personales o de su grupo cuando sea necesario, en beneficio de los objetivos organizacionales de largo plazo
4	<ul style="list-style-type: none"> • Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo, motivándolos a expresar sus desacuerdos • Solicita opiniones e ideas a los demás a la hora de tomar decisiones o realizar planes específicos. Invita a todos los miembros del grupo a tomar parte del proceso. • Expresa satisfacción personal por los éxitos de sus pares o de otras líneas de negocio.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Fomenta un clima de trabajo positivo para la gestión de los diferentes equipos de trabajo de la organización • Cataliza conflictos entre las distintas áreas a través de procesos efectivos de comunicación • Diseña estrategias para compartir información y crear sinergias. • Administra las distintas personalidades y estilos para integrar equipos de alto rendimiento

Anexo 5

AGENCIA DE VIAJES 	MANUAL DE FUNCIONES	Versión: 000
		Fecha: 9-05-07
		Página: 1 de 1

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

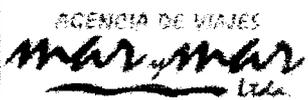
Nombre del cargo:	Asesora de Viajes
Superior inmediato:	Gerente Comercial
Área:	Comercial
Cargos bajo responsabilidad:	No Aplica.
Numero de personas en el cargo:	Uno
Horario:	8:00am-12:00pm/2:00pm-6:00pm

OBJETO DEL CARGO

Atender, ofrecer, asesorar y vender a los clientes, tiquetes, planes turísticos y servicio receptivos, de tal manera, que satisfagan las necesidades y expectativas de los mismos.

FUNCIONES DEL CARGO

- Atender los requerimientos de nuestros clientes de manera personal, telefónica, fax y/o correo electrónico.
- Realizar las reservas aéreas de conformidad con lo obtenido por el sistema informático Amadeus o Sabre.
- Asistir a las capacitaciones que la empresa le asigne.
- Asistir a los viajes de familiarización que la empresa le asigne.
- Exponer ante los demás funcionarios de la empresa las capacitaciones recibidas.
- Elaborar los tiquetes aéreos.
- Confirmar a los clientes las reservas realizadas.
- Asesorar a los clientes sobre las condiciones de ventas de las distintas clases de tarifas aéreas y sus penalidades.
- Asesorar a los clientes sobre los planes de viajes adquiridos.
- Elaborar y enviar a nuestros clientes previo estudio con las cotizaciones más convenientes y completa para su viaje.
- Ofrecer y vender los planes de turismo receptivo.
- Promocionar y vender a nuestros clientes los planes turísticos nacionales e internacionales.
- Promocionar y vender en todo momento las tarjetas de comunicación, las tarjetas de asistencia médica, alojamientos, carros, trenes, etc.
- Ofrecer a nuestros clientes las promociones aéreas de temporada baja.
- Promocionar ante nuestros clientes las excursiones de la agencia.
- Asesorar a nuestros clientes sobre la adquisición de visas.

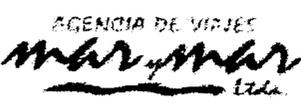
	MANUAL DE FUNCIONES	Versión: 000
		Fecha: 9-03-07
		Página: 4 de 4

PERFIL DE COMPETENCIAS DEL CARGO:

PERFIL DE COMPETENCIAS BASICAS	
Educación	Tecnóloga en Administración de Hotelera y Turística.
Formaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés. • Sistema de reservaciones aéreas, hoteles, cruceros
Inducción al cargo	1 mes
Habilidades	Organizar, comunicación oral y escrita, trabajo en equipo, análisis de problema y solución, iniciativa, creatividad, planificar, liderazgo en ventas y orientación al logro.
Experiencia	Mínimo un año en cargos afines. * Atención al cliente. * Informática (office).
Convalidación (Educación y Experiencia)	1 año

VERSION	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FECHA
000	Creación del documento	9-03-07

Revisó: ILUMINADA BALLESTERO	Aprobó: MAGOLITA BARRIOS DE AMARIS
Cargo: ASESORA DE VIAJES	Cargo: GERENTE GENERAL
Firma: 	Firma: 

	MANUAL DE FUNCIONES	Versión: 000 Fecha: 9-03-07 Página: 3 de 4
---	----------------------------	--

	<p>sistema Sabre y Amadeus. Solicitud de autorización créditos a clientes de acuerdo a políticas de la empresa. Solicitud de permisos laborales.</p> <p>Gerencia Comercial: solicitud de asesorías sobre planes internacionales y de requisitos que se deben cumplir para las visas. Entrega de informes de reembolsos de clientes. Consultas sobre inconvenientes presentes en las reservas.</p> <p>Jefe de Dpto. Turismo Receptivo: consultas y asesorías sobre los servicios de receptivos. Consultas sobre rutas de las aerolíneas. Consultas sobre reglamentos de las tarifas de las aerolíneas. Solicitud de paquetes y programas turísticos.</p> <p>Asistente Administrativo: solicitud de facturas. Entrega de planillas de ventas diarias.</p> <p>Asistente de Contabilidad: solicitud de implementos de oficinas.</p> <p>Mensajero: entrega de tiquetes y facturas para llevar a los clientes. Entrega de tarjeta de créditos para llevar a las aerolíneas. Entregar documentos para el trámite de pasaporte. Solicitud de compra de PIN.</p> <p>• Clientes. Asesoría y venta de los servicios de la Agencia.</p>
--	---

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Condiciones De Trabajo

- **Ambiente de Trabajo:** El ejercicio del cargo se realizara en recinto cerrado con ventilación e iluminación suficiente.
- **Riesgos:** Durante el desempeño del cargo, dentro de las instalaciones de la empresa se estará expuesto a los riesgos propios del cargo. Como: riesgo ergonómico (postura habitual), sicolaboral (estrés), y locativos (piso deslizante y escaleras).
- **Dotación de seguridad:** Silla ergonómica.

	MANUAL DE FUNCIONES	Versión: 000
		Fecha: 9-03-07
		Página: 2 de 4

- > Elaborar diariamente la planilla de ventas.
- > Trasladar al funcionario competente de la empresa los reclamos de nuestros clientes, reembolsos, etc.
- > Reportar ante la gerencia de ventas.
- > Cumplir con las políticas de la empresa.
- > Informar a los superiores.
- > Cumplir con todas las demás gestiones asignadas por los superiores

RESPONSABILIDAD y AUTORIDAD

El cargo tiene las siguientes responsabilidades y autoridades

Responsabilidades	
• Activos:	Computador, impresoras, silla.
• Procesos:	No aplica
Autoridades	
•	No aplica

NATURALEZA DEL CARGO

Relaciones externas del cargo

• Aerolíneas	Consultas relacionadas con problemas presentes servicio ofrecido. Solicitud de tiquetes de desdoble
• Agencias de Viaje	Ofrecer paquetes turísticos. Desarrollo de reservas de acuerdo a solicitudes realizadas
• Clientes:	Promoción, asesoría y venta de los servicios de la agencia. Desarrollo de reservas de acuerdo a solicitudes realizadas.
• Proveedores:	Solicitud de cotizaciones de productos ofrecidos. Solicitud de servicios turísticos

Relaciones internas del cargo

• Cargos:	Gerencia General: solicitud de créditos de acuerdo a políticas de la empresa. Entrega de informe de tiquetes expedidos diariamente. Consultas acerca de inconvenientes presentes. Gerencia Administrativa: entrega de informe mensual sobre los segmentos de las reservas elaboradas en el
------------------	---

ANEXO 6



**DESCRIPCION DEL CARGO
ASISTENTE DE RECEPTIVO
INTERNO**

Código: MF-23
Versión: 01
Fecha: 16-Jul-09

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: ASISTENTE DE RECEPTIVO INTERNO
Área: DEPARTAMENTO DE RECEPTIVO
Cargo del superior inmediato: DIRECTOR OPERATIVO DE RECEPTIVO Y PRODUCTO
Localización: OFICINA PRINCIPAL

2. MISIÓN DEL CARGO

Realización de reservas y comercialización de productos de acuerdo a las políticas de ventas, atención al público y ventas establecidas por la organización.

3. RESPONSABILIDAD DEL CARGO

De personal:

NINGUNA	
TOTAL	0 Personas

De dinero: No aplica

De materiales o equipos: Todos los implementos y equipos que dota la empresa (Pc, teléfono, papelería ect.)

De información confidencial: Tarifarios (fechas, días y tarifas), manejo confidencial de tarifas, manejo de vigencia de tarifas, convenios con proveedores y clientes.

Decisiones que puede tomar: Solo en casos puntuales o de emergencias.

Decisiones que debe consultar: Descuentos y escogencia de proveedores.

4. CONDICIONES DE TRABAJO

Condiciones ambientales: Oficina: buena iluminación, escritorio, clima adecuado.

Riesgo: Oficina: todos los riesgos propios del trabajo de oficina

5. FUNCIONES DEL CARGO

1. Atención al cliente y recibo de requerimientos.
2. Cotizar los servicios requeridos por los clientes.
3. Realizar la reserva en forma oportuna.
4. Diligenciar en su totalidad y en forma correcta los diferentes formatos con todos los datos que suministre el cliente.
5. Cerrar la venta de los servicios y recaudo inmediato de dinero.
6. Realización del expediente del cliente.
7. Informar de una forma clara al cliente, acerca de todas las restricciones y posibles penalidades que presenten las diferentes tarifas.
8. Expedir los documentos (Boucher prepago).
9. Elaborar y enviar facturación diaria.
10. Elaboración de informe de reservas diarias.
11. Responder solicitudes de reservas.

	DESCRIPCION DEL CARGO ASISTENTE DE RECEPTIVO INTERNO	Código: MF-
		Version: 01
		Fecha: 16-Jul-09

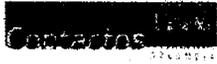
- 12. Verificar la disponibilidad con los hoteles.
- 13. Liquidación y confirmación de reservas.
- 14. Todas las demás funciones que se encomienden y le sean asignadas dentro de los programas de la agencia.
- 15. Cumplir con los deberes y funciones asignadas dentro del sistema de gestión de calidad de CONTACTOS LTDA.

6. RELACIONES SIGNIFICATIVAS

INTERNAS	
CONTABILIDAD	Para pagos de clientes, para verificar pagos a proveedores y para transacciones
PASAJES	Para cotización y expedición de tiquetes.
OPERADORAS EXTERNAS	Para solicitud de servicios para clientes.
EXTERNAS	
PROVEEDORES	Para alojamiento de clientes.

7. PERFIL DE COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TÉCNICAS	NIVEL DE DOMINIO REQUERIDO	
Educación	El cargo requiere estudios: Tecnológicos o Profesionales, en el área de turismo. - Hotelería y turismo. - Traducción y turismo. - Administración de empresas turísticas.	
Conocimientos Específicos	Manejo de paquete office – estudios de mercadeo – atención al cliente – manejo de inglés	
Documentación requerida	Procedimiento de selección de personal numeral 6.3	
Experiencia	Mínimo 1 año en cargos relacionados.	
Características de personalidad:	Seguridad, apegado a las normas, sociable, tolerante a la presión, amable, excelente expresión verbal, organización, responsabilidad.	
Nº	COMPETENCIAS CORPORATIVAS	NIVEL DE DOMINIO REQUERIDO
1.	Trabajo en equipo: Disposición favorable para pensar y trabajar de forma colectiva. Colaborar e integrarse dentro de un grupo de trabajo de forma activa y receptiva dirigiendo sus esfuerzos para trabajar con otros hacia la consecución de metas comunes	2
2.	Iniciativa: Disposición para actuar de forma proactiva, poniendo en marcha acciones por cuenta propia, detectando y aprovechando oportunidades para mejorar los resultados.	2
3.	Actitud de servicio: disposición positiva para atender las necesidades del cliente interno y externo, ofreciéndole un servicio amable, respetuoso, oportuno y de calidad.	3

	DESCRIPCION DEL CARGO ASISTENTE DE RECEPTIVO INTERNO	Código: MF-23
		Versión: 01
		Fecha: 16-Jul-09

	excediendo las <u>expectativas del cliente</u> y proporcionando las soluciones más idóneas para satisfacer sus necesidades.	
4.	Orientación a las normas y políticas: Disposición para entender, acatar y actuar dentro de las directrices y normas organizacionales y sociales.	3
COMPETENCIAS DEL CARGO		
1.	Comunicación oral: Capacidad para expresar sus ideas de forma clara y convincente, de manera que su mensaje pueda ser entendido con claridad. Supone además la habilidad para escuchar y entender a otros estableciendo un diálogo de forma efectiva.	3
2.	Persuasión y negociación: Habilidad para transmitir una impresión favorable a los demás, induciéndoles para que, mediante la escucha, análisis y conciliación de puntos de vista encontrados, razonamientos, etc., creen en una idea, adopten una actitud determinada que convenga y/ o alcancen acuerdos satisfactorios para ambas partes	3
3.	Desarrollo de relaciones: Capacidad para establecer y mantener relaciones cordiales, recíprocas y cálidas o redes de contacto con distintas personas.	3
4.	Manejo de la complejidad: Habilidad mental para manejar varios proyectos y situaciones difíciles a la vez.	2

9. CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	FECHA	CAMBIO
000	23-Mar-07	Elaboración del documento
001	15-Jul-09	Actualización general del documento, de acuerdo al análisis del cargo, control del documento de acuerdo a lo establecido en el numeral 4.2.3 de la norma ISO 9001:2008

Elaboró: Fernando Casadiego Mendoza	Revisó: Fernando Casadiego Mendoza	Aprobó: Rodrigo Maldonado Daza
Director de calidad	Director de calidad	Gerente general
Firma:	Firma:	Firma:

ANEXO 7

Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas



RESULTADOS: Fortalezas

- 👉 Reconocimiento. Propuesta formativa bien recibida en el entorno
- 👉 Docentes y estudiantes entusiasmados

- 📖 La jornada de estudio porque se facilita trabajar

- 📖 El impacto del programa en el sector productivo: son los mejores pasantes en los diferentes contextos de práctica

- 📖 Los dos idiomas ya que otros programas en la ciudad ofrecen solo inglés

ANEXO 8

Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

Organización administrativa	
Oportunidad	Recomendación
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Fomento del aprendizaje del inglés(ambientación) • Sobrepoblación • Recursos de aprendizaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar recursos para reparaciones y adecuaciones necesarias: sala de profesores, (grabadoras, computadores, impresoras, material audiovisual, etc) • Asegurar capacidad adecuada y condiciones propicias en las aulas de clase→ promoción de aprendizaje idiomas y competencias laborales desde los idiomas y el turismo. • Realizar evaluación de necesidades bibliográficas específicas en inglés y relacionados con el turismo o el aprendizaje de los idiomas. • Adquirir software para el aprendizaje o práctica de los idiomas. • Gestión de equipos para la práctica de las habilidades orales.

ANEXO 9

Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas



Organización curricular: tiempo de aprendizaje	
Oportunidad	Recomendación
<ul style="list-style-type: none">• Nivel de salida no es el esperado: 576 horas presenciales.	<ul style="list-style-type: none">• Estudio para determinar Utilización de estrategias apropiadas• Buscar coherencia en metodología y evaluación de un semestre a otro.• Determinar nivel real que alcanzan los estudiantes al finalizar cada ciclo de formación (cada dos semestres),• Definir descriptores (can do) para cada nivel de formación• Fortalecer estrategias para auto-regular, monitorear y evaluar el aprendizaje propio.

ANEXO 10

Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas



Organización curricular	
Oportunidad	Recomendación
Ninguno de los estudiantes de los últimos semestres alcanza el nivel de competencia esperado (B2)	<ul style="list-style-type: none">• Alineación clara y explícita de los cursos de inglés con los niveles definidos en el MCER• Revisar y unificar proceso de elaboración de parcelaciones de cursos• Encargar a docentes del área (coordinación de responsable y descarga adecuada), especificación de criterios mínimos promoción de estudiantes en cada uno de los niveles y las formas de evaluación de estos criterios

ANEXO 11

Presentación de Resultados del Ministerio de Educación Nacional a la ITCMB sobre el Proyecto de Fortalecimiento de Enseñanza del Inglés en Programas de Turismo en Instituciones Técnicas y Tecnológicas

 educación  Ministerio de 	
Organización curricular	
Oportunidad	Recomendación
Ninguno de los estudiantes de los últimos semestres alcanza el nivel de competencia esperado (B2)	<ul style="list-style-type: none"> •Revisión de micro-currículos → reflejen información relacionada con las actividades de formación, los objetivos específicos, las estrategias metodológicas y estrategia de evaluación . •Apartarse de un marcado énfasis en las asignaturas, en lo cognitivo, descuidando la formación y desarrollo de las competencias interpersonales, socio-afectivas y la inteligencia emocional. •Incluir otras asignaturas en inglés •Expresar contenidos por competencias y los descriptores de lo que los estudiantes serán capaces de hacer con la lengua una vez que finalice el curso

ANEXO 12

Entrevista a la Directora Comercial de Receptivos de la Agencia de Viajes Contactos L'Alianza



ANEXO 13

Entrevista a la Jefe de Aeropuerto de la Aerolínea Avianca



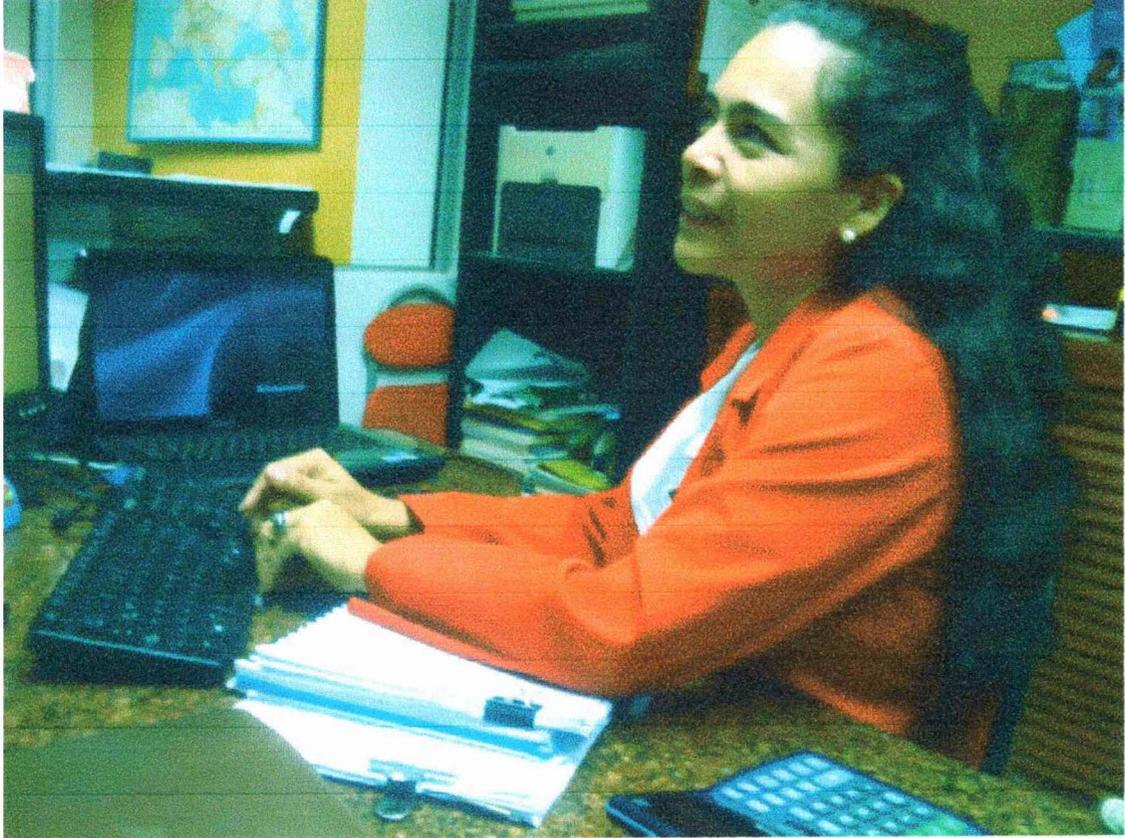
ANEXO 14

Entrevista a la Gerente General de la Agencia de Viajes Mar y Mar



ANEXO 15

Entrevista a la Jefe de Receptivo y Venta de la Agencia de Viajes Over Rabitt



ANEXO 16

Hotel Playa Club – egresada 2008 - II



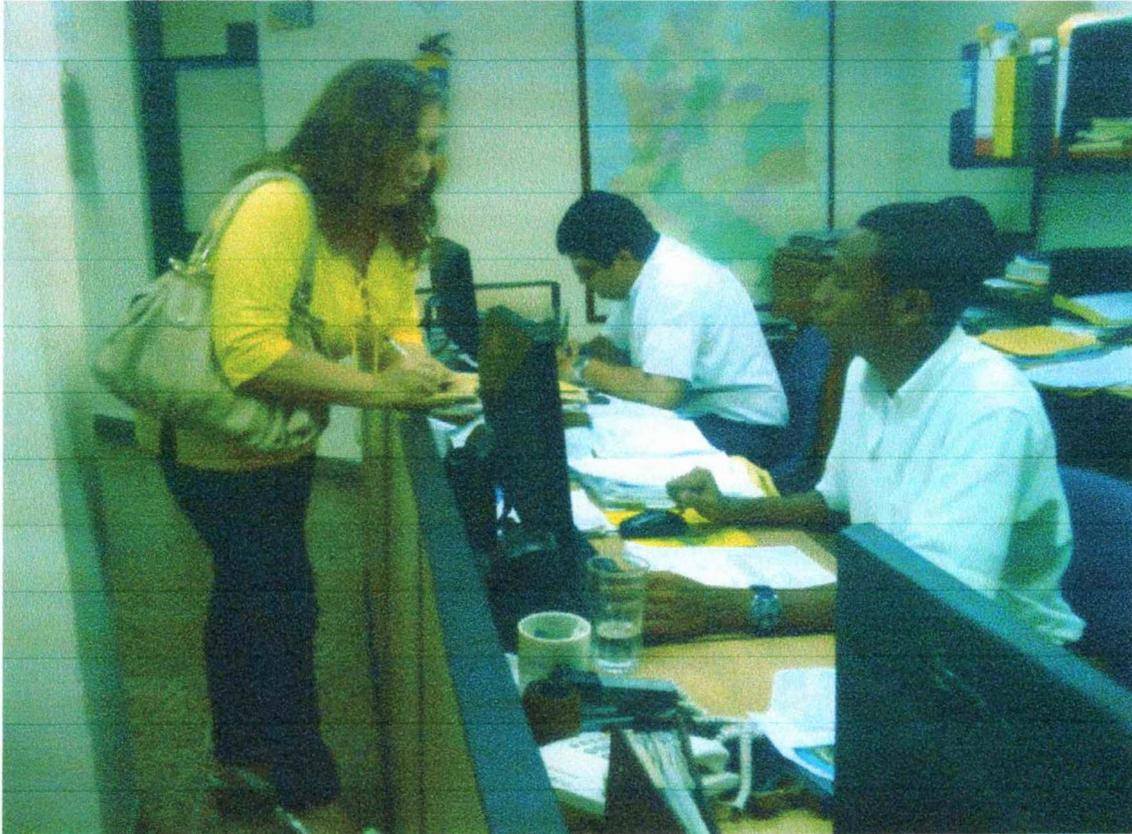
ANEXO 17

Agencia de Viajes Contacto L`Alianxa – Egresada 2009-II



ANEXO 18

Agencia de Viajes Contacto L`Alianza - Egresado 2010 – II



ANEXO 19

Agencia de Viajes Contacto L`Alianza – Egresada 2011 – I



ANEXO 20

Aerolínea Copa Airlines – Egresada 2011 – II

