

ALGUNAS EXPECTATIVAS LABORALES DE LOS INGRESANTES A LA LICENCIATURA EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO (UNR)

ANDRIULO, Marilina

Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

Contacto: marilina.andriulo@fcecon.unr.edu.ar

Resumen. La falta de formación adecuada en Turismo es una de las causas que retrasa su desarrollo en la Argentina. El objetivo es describir parte del imaginario de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo (UNR) en relación con sus expectativas laborales. Para ello, se formuló una encuesta estructurada constituida por 5 preguntas con opciones. Se encontró que en un horizonte temporal relativamente corto (1-10 años), buscan ser dueños de su propia empresa (60%) y, secundariamente, gerentes (27%), trabajar en el sector privado (65%), y en empresas internacionales (75%), pasar siempre por el exterior (100%) y, preferentemente, en Europa (91%). Le dan poca importancia a ser empleados (12%) y desconocen la posibilidad de ser subgerentes. Pocos eligen trabajar en el sector público (35%) y en el ámbito nacional (25%) y ninguno elige trabajar en Argentina en forma permanente. Estos resultados muestran una imagen laboral negativa sobre su propio país y la idea de mayores oportunidades en Europa. Ignoran las dificultades para convertirse en dueños de su propia empresa o gerentes siendo extranjeros. Además, pareciera que su trayectoria universitaria constituye un mero medio para emigrar. Se concluye en la necesidad de construir conocimiento sobre el Turismo y su conexión con el entorno desde una perspectiva integral.

Palabras clave: Estudiantes universitarios; Aspiraciones de trabajo; Extranjero

Abstract. The lack of adequate training in Tourism is one of the causes that delays its development in Argentina. The objective is to describe part of the imaginary of those entering the bachelor's degree in Tourism at the National University of Rosario (UNR) in relation to their job expectations. To this end, a structured survey consisting of 5 questions with options was formulated. It was found that over a relatively short time horizon (1-10 years), they seek to be owners of their own company (60%) and, secondarily, managers (27%), work in the private sector (65%), and in international companies (75%), always go abroad (100%) and, preferably, in Europe (91%). They give little importance to being employees (12%) and are unaware of the possibility of being assistant managers. Few choose to work in the public sector (35%) and at the national level (25%) and none choose to work in Argentina permanently. These results show a negative labor image about their own country and the idea of greater opportunities in Europe. They ignore the difficulties of becoming owners of their own business or managers as foreign. Furthermore, it seems that their university career constitutes a mere means to emigrate. It concludes with the need to build knowledge about Tourism and its connection with the environment from a comprehensive perspective.

Keywords: University students; Job aspirations; Foreign

1. Introducción

La falta de capacitación de los recursos humanos es considerada como una limitante principal para el desarrollo del turismo sostenible en los países que integran América Latina y el Caribe (OMT, s.f.; Arocena, 2001; Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), 2019; Del Busto, 2014). En consecuencia, su formación es clave. En este contexto, se necesita que los estudiantes adquieran un pensamiento complejo que considere diferentes perspectivas para comprender la realidad. Esta capacidad reflexiva debería ser fomentada mediante la educación (Núñez-López et al, 2017). Por ello,

es fundamental conocer algunas características de los ingresantes universitarios con el fin de ofrecerles una formación académica acorde con la realidad. El objetivo del presente trabajo es analizar parte del imaginario de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo de la UNR en relación con sus expectativas laborales.

2. Materiales y Métodos

En 2021, se preguntó (en forma anónima) a 78 estudiantes de la Licenciatura en Turismo cuales eran sus expectativas laborales vinculadas con el Turismo (Tablas 1, 2, 3, 4 y 5). Las preguntas se realizaron en la clase de presentación de una asignatura característica del primer año de dicha carrera (Introducción al Turismo). Se utilizó la aplicación Google forms bajo la modalidad online. Dichas preguntas formaron parte de una encuesta estructurada más amplia que buscó contribuir a la comprensión del imaginario de los estudiantes, con el fin de construir conocimiento sobre el desarrollo del Turismo en el Gran Rosario.

El número de alumnos encuestados representó el 72% del total de los ingresantes a dicha materia (Sistema de gestión académica de la UNR). Por lo tanto, la cantidad de personas que respondió la pregunta reflejó de forma precisa el pensamiento de la población total de ingresantes (López Romo, 1998). Por otro lado, los ítems que formaron parte de las preguntas se elaboraron según las recomendaciones de la OMT (OMT, 2020; WEF, 2019).

Los resultados se expresaron en porcentaje. Cuando una opción representó menos del 5 % del total de opciones, por ser considerada no relevante, fue descartada. Luego, se recalculó el 100 % sin estas opciones.

Tabla 1. Cargo que quieren alcanzar (en un horizonte de 1-10 años) en su futuro lugar de trabajo.

1) Gerente	2) Subgerente	3) Empleado	4) Dueño de mi propia empresa
------------	---------------	-------------	-------------------------------

Tabla 2. Sector en el que creen tener más posibilidades laborales.

1) Sector público	2) Sector privado
-------------------	-------------------

Tabla 3. Ámbito en el que creen tener más posibilidades laborales.

1) Nacional	2) Internacional
-------------	------------------

Tabla 4. Localización de su futuro lugar de trabajo (en un horizonte de 1-10 años).

1) Trabajar en Argentina toda la vida	2) Argentina por un tiempo y luego el extranjero
3) Trabajar en una empresa internacional y pasar de país en país	4) Trabajar en el extranjero para aprender y después volver a la Argentina
5) Establecerme en otro país y trabajar para esa empresa	

Tabla 5. Localización en región/continente de su futuro lugar de trabajo (en un horizonte de 1-10 años).

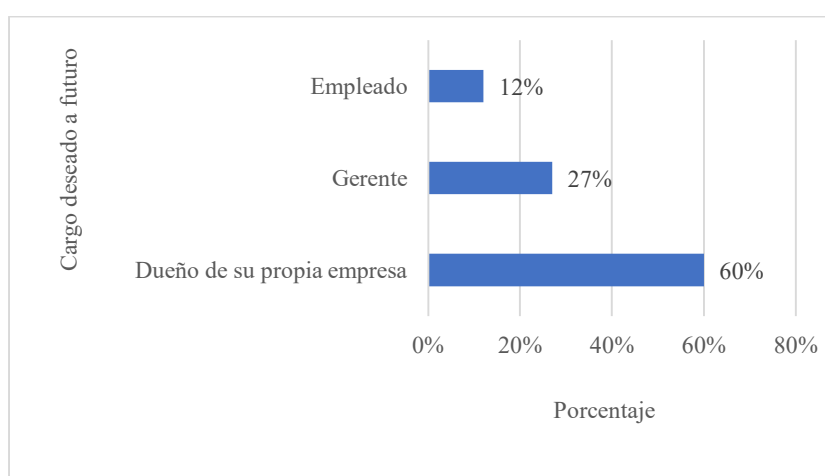
1) Latinoamérica	2) Europa	3) África	4) América del norte	5) Asia	6) Oceanía	7) Elegí trab. siempre en Arg.
------------------	-----------	-----------	----------------------	---------	------------	--------------------------------

3. Resultados y Discusión

En un horizonte temporal de 1 a 10 años, la mayoría de los ingresantes aspira a convertirse en dueño de su propia empresa. En segundo lugar, constituirse como gerente. Un grupo minoritario quiere ser empleado (Fig. 1). Consideran que tendrán más oportunidades, principalmente, en el sector privado y en el ámbito internacional (Fig. 2 y 3, respectivamente). Fundamentalmente, se ubican trabajando en el extranjero, más que nada, en Europa (EU) y, en Estados Unidos (EE.UU.) como segunda elección. Aquellos que eligen trabajar en Argentina, antes o después del extranjero, solo representan el 34% (Fig. 4 y 5, respectivamente).

No les atrajo la opción de subgerencia; no se ven trabajando en Argentina toda la vida ni tampoco en Latinoamérica, África, Asia u Oceanía (respuestas con representación menor al 5%).

Figura 1. Cargo que los ingresantes quieren alcanzar (en un horizonte de 1-10 años).



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Sector en el que los ingresantes creen tener más posibilidades laborales.

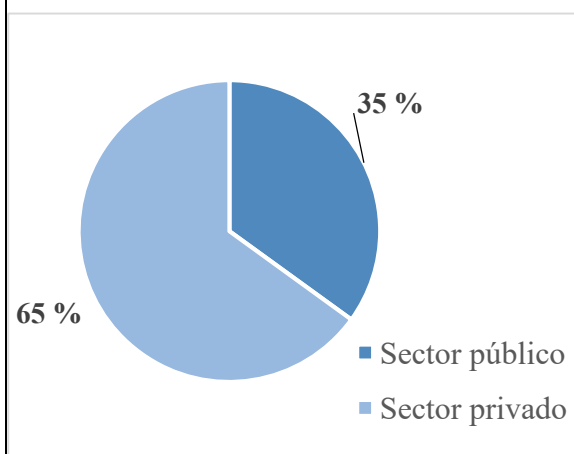
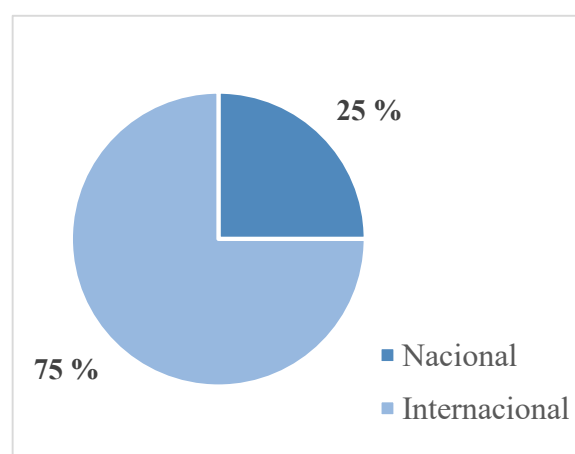
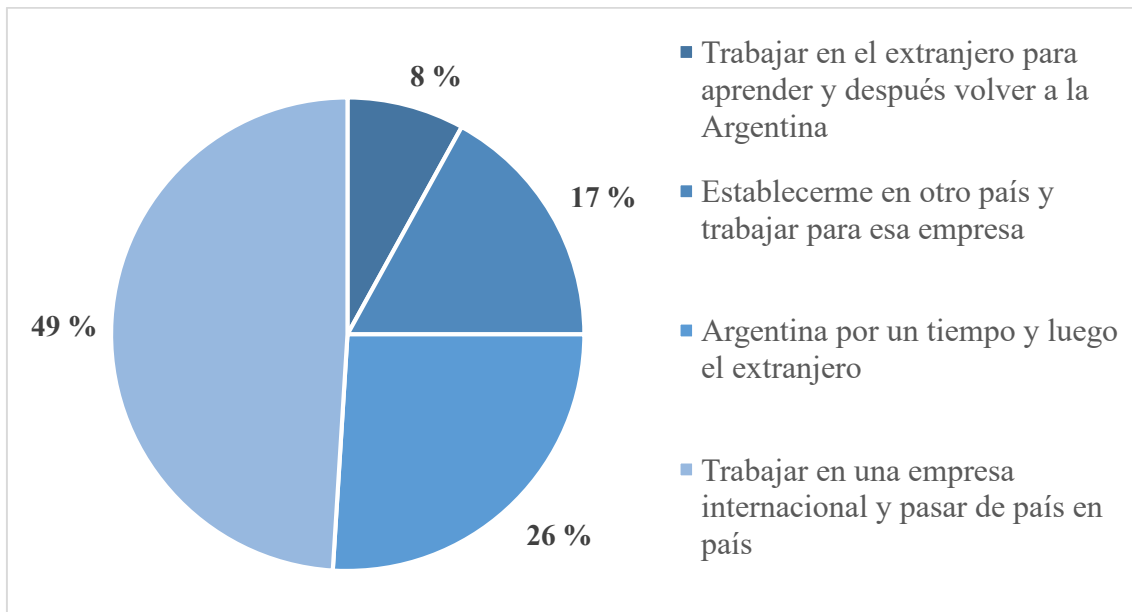


Figura 3. Ámbito en el que los ingresantes creen tener más posibilidades laborales.



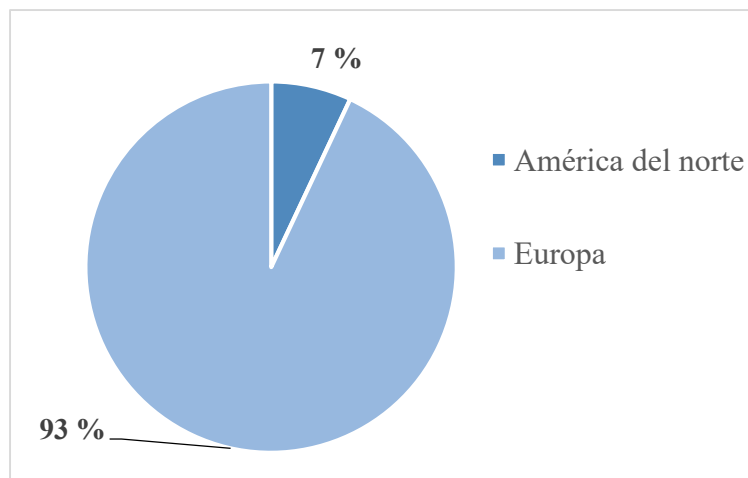
Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Localización del futuro lugar de trabajo (en un horizonte de 1-10 años).



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Localización en región/continente del futuro lugar de trabajo (en un horizonte de 1-10 años).



Fuente: elaboración propia.

Esta comunidad de estudiantes/ingresantes, considerada como colectivo social, busca mayoritariamente profesionalizarse como un medio para trabajar en el exterior. Comparte símbolos y conceptos, en su memoria y su imaginación, en el sentido que son percibidos y aceptados como patrimonio común, independientemente de las directrices religiosas, políticas y culturales de esta comunidad. La formación y reelaboración de dicha imaginación colectiva, manejada por los medios de comunicación de masas, se transforma en información accesible y global (Morin, 1994).

Los ingresantes de la Licenciatura en Turismo hacen una evaluación global negativa de la Argentina y proyectan posibles escenarios futuros positivos respecto del propio bienestar en EU y secundariamente en EE.UU. Un análisis de resultados de la Encuesta Mundial de Valores realizada en 43 países (proyecto global de investigación social que explora los valores y opiniones de la gente, sus

cambios en el tiempo, y su impacto social y político (Inglehart et al., 2000)), mostró que la internalización y la integración regional alrededor de mundo, han producido un patrón identitario con características globales — una suerte de identidad supranacional, especialmente entre los más jóvenes — respecto de lo que sería su bienestar (Moyano-Díaz y Palomo-Vélez, 2018). En dicho trabajo, la EU refleja un imaginario laboral multidimensional, interviniendo de manera decisiva en la prospección acerca del bienestar futuro. Esto estaría explicando la relación entre la satisfacción con el país en el que se vive y el bienestar personal, considerando elementos tales como condiciones de vida, nivel de corrupción, delincuencia y peligrosidad. La historia argentina está signada por la inmigración y la emigración, en relación a la visión europeísta que prima entre sus habitantes. La hostilidad del mercado laboral y de la generada por la pandemia, fortalecen el deseo de los jóvenes, quienes apuestan por un crecimiento personal/profesional en el exterior. El sondeo (CIS, 2021), arrojó que, antes de la expansión del coronavirus, el 75 % de los encuestados (con edad promedio de 32 años) evaluó la posibilidad de abandonar el país y en plena pandemia, 8 de cada 10 argentinos, con capacidad de pensar a largo plazo, estaban pensando en irse. De hecho, los últimos datos publicados por World Migration Report 2022 (2021) indican que un millón de argentinos vive en el exterior, la mayoría en España (25 %) e Italia (9 %) y otro tanto en EE.UU. (11 %). Según un estudio de la CEPAL (CEPAL, 2006), los argentinos ocupan el tercer lugar en el ranking de migración latinoamericana en España. En relación a EE.UU., Argentina es el segundo país de Sudamérica con mayor migración.

De acuerdo con Orozco Vargas (Orozco Vargas, 2013), en el proceso de inmigración se producen ajustes socioculturales para adaptarse al nuevo estilo de vida en el país receptor. Esta etapa de aculturación se caracteriza por generar estrés, choque cultural, dificultades económicas, discrepancia entre las aspiraciones y los logros ya alcanzados, la sensación de desarraigo y la discriminación. A su vez, según el autor, estudios de varios países fundamentan que no poder hablar la lengua de la sociedad receptora causa estrés y frustración.

Los estudiantes eligen particularmente España por su proyección laboral positiva y por su familiaridad cultural e idiomática. Sin embargo, existe una considerable incoherencia entre querer ser dueños o gerentes de empresas privadas en otro país y las oportunidades reales (entre 1 y 10 años) que se dan como extranjero. Es necesario resaltar los estresantes sociales que se viven en el extranjero. Ellos se relacionan con el estatus migratorio, el miedo a la deportación y la discriminación. Este último factor de rechazo por parte de la población receptora se evidencia en las diferencias expuestas en el trato hacia los inmigrantes, las distintas formas de prejuicios, la promulgación de leyes cada vez más antinmigrantes, la exclusión, así como el hecho de no ofrecer las mismas oportunidades que se les brindan a los nativos (Araujo y Borrells, 2006).

Sobresale, nuevamente, otra contradicción subyacente, vinculada con los resultados de la publicación anterior (Andriulo, 2024): los intereses personales de los ingresantes y sus expectativas en su futuro laboral. Estas últimas indican la presencia de ciertos estereotipos vinculados al viaje, el placer y la distracción por encima de otras como la docencia, su formación académica o la investigación científica. Pareciera que obvian las dificultades que pueden generarse al atravesar una carrera en, al menos, 4 años y también, las posibles implicancias transformadoras al ampliar sus horizontes de pensamiento. Se puede pensar que su principal interés es que la Universidad les brinde la posibilidad futura de satisfacer sus deseos actuales. Al proyectarse crecientes tensiones entre expectativas y realidad (Korstanje, 2011) se visibiliza la necesidad urgente de abordar minuciosamente la complejidad alrededor de la educación turística (Gómez Nieves, 2010) para disminuir la remarcable brecha entre las ambiciones profesionales y las demandas del sector (Rhew et al., 2019).

4. Conclusiones

Los ingresantes a la Licenciatura en Turismo de la UNR parecen elegir dicha carrera universitaria como un medio para trabajar en el exterior. Se proyectan en países desarrollados del hemisferio norte, donde su imaginario les asegura convertirse en dueños de su propia empresa o gerentes en lapsos de tiempo

relativamente cortos. Parecieran desconocer los obstáculos que implican ser un extranjero y estudiar una carrera universitaria.

5. Referencias bibliográficas

Andriulo, M (2024). *Intereses personales de los ingresantes a la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Rosario*. Informes de Investigación IIATA Nro. 8. Editorial de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.

Araujo, Beverly y Luisa Borrells. 2006. *Understanding the Link Between Discrimination, Mental Health Outcomes and Life Chances among Latinos*, Hispanic Journal of Behavioral Sciences, vol. 28, pp. 245-266.

Arocena, J. (2001). *Globalización, integración y desarrollo local*. Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, 581–590.

CEPAL (2006). *Migración internacional, derechos humanos y desarrollo*. Santiago de Chile

CIS. (2021). *Informes de opinión pública CIS UADE-VOICES* Perspectivas de los jóvenes a futuro. (Inf. Téc.). Buenos Aires: Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy.

Del Busto, E. (2014). *El rol del derecho en el desarrollo del turismo*. WALLINGRE, N. Y VILLAR, A. (Comps) Gestión de municipios turísticos, instrumentos básicos de acción, Cap. III. Bernal: Editorial Universidad Nacional de Quilmes, 57–90.

Gómez Nieves, S. (2010). *La experiencia de un diseño curricular en turismo basado en un modelo por competencias profesionales*. Estudios y perspectivas en turismo, 19(1), 139–156.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2019). *Estadísticas de turismo internacional* (Vol. 3; Inf. Téc. n.o 23). Buenos Aires: INDEC.

Inglehart, R., Basanez, M., Diez-Medrano, J., Halman, L., y Luijkx, R. (2000). *World values surveys and european values surveys, 1981-1984, 1990-1993, and 1995-1997*. Ann Arbor-Michigan, Institute for Social Research, ICPSR version.

Korstanje, M. (2011). *Turismo. ciencia de la hospitalidad*. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, 4(11), 1–9.

López Romo, H. (1998). *La metodología de la encuesta*. En: Galindo Cáceres, Luis Jesús (coord.) 1998. Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Méjico: Pearson Educación & Addison Wesley Longman. pp. 33-73.

Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa Barcelona.

Moyano-Díaz, E., y Palomo-Vélez, G. (2018). *Satisfaction with the country and well-being: future expectations / Satisfacción con el país y bienestar: expectativas acerca del futuro*. Revista de Psicología Social, 33(3), 504–528.

Núñez-López, S. et al. (2017). *El desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios por medio del Aprendizaje Basado en Problemas*. Rev. iberoam. educ. super vol.8 no.23. Ciudad de México

OMT. (s.f.). Sitio oficial. *El turismo en la agenda 2030*. Recuperado el 1 de agosto de 2023 de <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>.

OMT. (2020). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*. World Tourism Organization (UNWTO).

Orozco Vargas, Arturo Enrique (2013) *Migración y estrés aculturativo: una perspectiva teórica sobre aspectos psicológicos y sociales presentes en los migrantes latinos en Estados Unidos*. Norteamérica vol.8 no.1 Ciudad de México

Rhew, N. D., Black, J. A., y Keels, J. K. (2019). *Are we teaching what employers want? identifying and remedying gaps between employer needs, accreditor prescriptions, and undergraduate curricular priorities*. *Industry and Higher Education*, 33(6), 362–369.

World Economic Forum (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness*. Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. Geneva. ISBN-13: 978-2-940631-01-8

World migration report 2022. (2021). Descargado de <https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022>. ISBN: 978-92-9268-078-7