

## EL PAPEL DE LOS CENTROS PRIVADOS EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA

Josep-Francesc Valls \*

### I. INTRODUCCIÓN

Quiero agradecer, en primer lugar, en nombre de ESADE, la oportunidad de explicar ante esta audiencia tan selecta de expertos turísticos lo que mi institución está realizando estos últimos años en el campo de la formación turística.

Voy a dividir mi intervención en tres partes: en la primera me referiré a la formación de directivos, como una de las necesidades detectadas más perentorias en este país donde el turismo es el primer sector en crecimiento de la economía; en la segunda definiré el modelo elegido por ESADE; y en la tercera explicaré brevemente los contenidos de las materias impartidas.

### II. LA FORMACIÓN DE DIRECTIVOS, UNA DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN MÁS PERENTORIAS

Dos estudios publicados entre 1992 y 1993 dieron la pista a seguir. El primero lo

realizó la Cámara de Comercio de Barcelona. Definiendo los sectores de futuro de la economía catalana, apareció el turismo en primer lugar y fue definido como sujeto del mayor crecimiento comparado. Un trabajo posterior, encargado por la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Cataluña, evidenciaba la existencia del vacío más importante en la formación de los directivos del sector, teniendo en cuenta, además, que se está produciendo el relevo generacional al frente de las empresas, tanto de las grandes cadenas como de las pymes turísticas relacionadas principalmente con el modelo que se implantó en los sesenta.

En Cataluña, y también en las zonas del Estado español que en los sesenta optaron por el modelo de turismo masivo, se está produciendo un doble fenómeno:

a) La urgente necesidad de modernización del parque turístico general y de adaptación a las nuevas expectativas de los consumidores de turismo.

b) Y más allá de este tipo de turismo de zonas turísticas maduras o en declive, existe

\* Director del Centro de Dirección Turística ESADE-CEDIT y profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE.

un amplio despertar del turismo de interior, urbano y específico (de grandes acontecimientos, etc.) y unos cambios radicales en el comportamiento de los turistas respecto a la vacación principal, al incremento de las excursiones, los fines de semana, los puentes, las vacaciones cortas, etc.

Se requiere, por tanto, una nueva mentalidad empresarial, capaz de interpretar los nuevos hábitos de consumo turístico de los españoles y extranjeros, introducir las nuevas tecnologías en el sector, diseñar los nuevos productos turísticos, comercializarlos y comunicarlos adecuadamente, dentro todo ello de una fuerte competitividad tanto de los competidores internos como externos que se instalan en nuestro país; es decir, un estilo distinto de gestión de la empresa turística para identificar y realizar las nuevas oportunidades de negocio.

Porque el hecho de operar en un sector de fuerte crecimiento como es el turístico no significa, ni mucho menos, que todos los negocios obtengan una elevada rentabilidad ni tampoco que deban ser forzosamente rentables. Brent Richie, en una publicación muy querida por mí y pionera en la aportación y discusión de la ciencia turística en España (1), dice que, "a pesar del enorme y significativo crecimiento de la facturación (turística), la rentabilidad de la industria y su viabilidad a largo plazo continúa siendo cuestionada".

ESADE, que tiene una vocación histórica de formación integral en el campo de la gestión de empresa desde los años sesenta, se ha querido incorporar también a este sector de presente y de futuro de nuestra economía con una oferta formativa específica

basada en la misión de la institución, concebida como una clara conceptualización de la gestión y una aplicación práctica a las realidades de cada empresa.

### **III. DEFINICIÓN DEL MODELO ELEGIDO POR ESADE: ESADE-CEDIT**

A finales de 1993, ESADE creó el Centro de Dirección Turística, ESADE-CEDIT, a fin de acometer la tarea de formación turística.

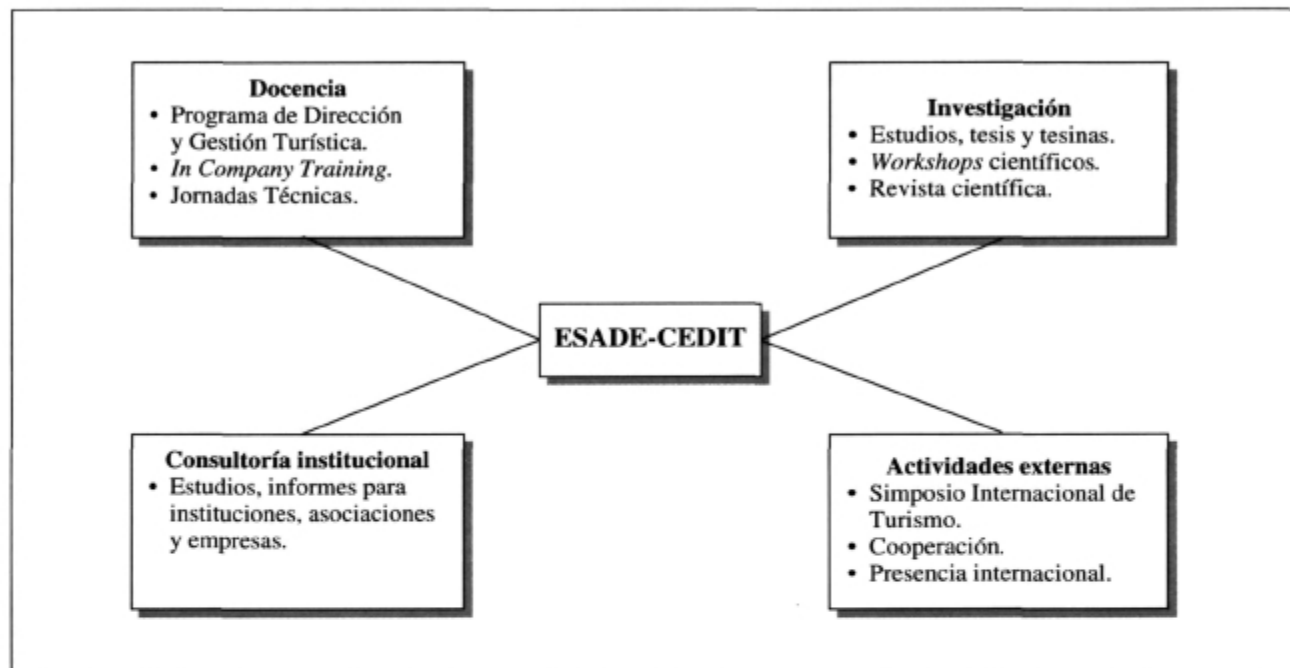
ESADE-CEDIT ha contado, desde sus orígenes, con el soporte del Departamento de Turismo de la Generalitat de Cataluña, tanto para el desarrollo de los programas y de la docencia como para las actividades de extensión universitaria. Con este fin, se firmó un convenio de cuatro años, cuyo control recae en un Comité de Seguimiento compuesto por miembros de la Dirección General de Turismo y de la propia Escuela.

ESADE-CEDIT basa su trabajo en torno a cuatro líneas de intervención, según se plasma en el cuadro «Investigación, docencia, consultoría y extensión universitaria».

#### **III.1. Investigación**

Sin investigación, la docencia puede quedar alejada de la realidad y de todo el proceso posterior de extensión universitaria. En este sentido, se están llevando a cabo investigaciones propias y en colaboración con las universidades europeas que forman

## INVESTIGACIÓN, DOCENCIA, CONSULTORÍA Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA



parte, como ESADE, de la Community European Management Schools, CEMS.

Se está preparando una publicación periódica con las investigaciones más relevantes.

### III.2. Docencia

Es el núcleo fundamental de la apuesta. Dentro del Centro de Desarrollo Turístico de ESADE se ha impartido el I Post-grado en Gestión y Dirección Turística, de 300 horas lectivas, para el cual se requiere titulación universitaria y tres años de experiencia directiva.

Normalmente se vienen desarrollando

cursos de “In Company Training” para empresas, asociaciones e instituciones, tanto en España como en Latinoamérica. Y una serie de Jornadas y Forums, abiertos a la reflexión puntual de cuestiones turísticas concretas en diversos lugares de España.

### III.3. Consultoría institucional

ESADE-CEDIT está realizando algunos trabajos de consultoría institucional, dentro de ESADEMPRESA. Uno de ellos ha sido el Plan Estratégico de Turismo de Lleida.

### III.4. Extensión universitaria

Anualmente ESADE celebra el Simposio

Internacional de Turismo, con la contribución de unos veinte ponentes y la asistencia de unas doscientas personas. La V edición tendrá lugar el 6 y 7 de febrero, sobre el tema de "Los multimedia, al servicio del turismo".

En las cuatro ediciones anteriores se han debatido los siguientes asuntos: la internacionalización del sector turístico; la competitividad de la empresa turística ante los nuevos escenarios inmediatos; la estructuración y comercialización de los nuevos productos turísticos; y el precio, factor de competitividad de las empresas turísticas.

#### IV. CONTENIDOS DE LAS MATERIAS IMPARTIDAS

Enfocamos el turismo de forma interdisciplinar, con aportaciones desde los múltiples campos de la gestión.

Los módulos básicos son: Marketing, Finanzas, Microeconomía de la pyme turística, Estrategia y Operaciones.

Los módulos complementarios son: Recursos Humanos, Derecho turístico, Medio ambiente, Sistemas de Información, Multimedia, Calidad, Habilidades Directivas, Técnicas de Negociación...

La Escuela dispone de un equipo de pro-

fesores de gestión de reconocido prestigio en el campo de turismo: Josep Chías, Xavier Mena, Guillermo Cisneros, Josep Cerveró, Joan Massons..., son algunos de los nombres.

#### V. CONCLUSIÓN

En el gran mercado de la formación turística, ESADE-CEDIT ha buscado un segmento, o mejor dicho, un nicho muy preciso, en la formación de directivos. Frente a otras ofertas, hemos optado por una propuesta formativa basada en la cohesión de los equipos de profesores, en sus investigaciones y aplicaciones.

En un país de especialización turística, como el nuestro, el sector reclama ofertas formativas, privadas o públicas, muy especializadas y marcadas por instituciones de raigambre en el *management*, que dispongan de equipos de profesores capaces de interpretar el nuevo entorno y darle una respuesta científica. Sólo de esta manera responderemos a una demanda muy precisa y estaremos en condiciones de alcanzar la excelencia turística.

#### NOTA

(1) B. Ritchie: «Formación del profesorado de turismo: líneas maestras para el desarrollo de acciones y programas», *Papers de Turisme*, ITVA, núm. 12, 1993.