

Reportaje

Lía Lamamy, directora de las carreras de Turismo y Hotelería de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) de Mendoza y Salta

“El empresario es nuestro mejor aliado, siempre que reconozca a nuestros egresados”

En diálogo con La Agencia de Viajes, la académica descartó que actualmente haya universidades que trabajen a espaldas del sector, pero se mostró preocupada por el impacto negativo que ha tenido la nueva ley de pasantías en la apertura de los empresarios a tomar estudiantes. Por otra parte, dio detalles del funcionamiento de los exámenes de ingreso, las pasantías para docentes, el Club de Egresados y el novedoso lanzamiento de la plataforma 2.0.

Por Juan Scollo
(redaccion@ladevi.com)

Todas los reportajes de la serie han tenido elementos que han aportado riqueza al diseño de un mapa global del estado del mundo académico y su relación con el sector. Pero el caso de las jóvenes carreras de Hotelería y Turismo dictadas en la Facultad Regional Mendoza de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) añade un nuevo enfoque. Permite saltar del análisis conceptual sobre los aciertos y errores de la enseñanza turística a poner la lupa sobre una

batería de herramientas ya implementadas para intentar resolver buena parte de las inquietudes planteadas hasta el momento.

En cuanto a la conexión con el medio social y el empresario, basta leer cómo se originó el dictado del tramo a licenciatura en Salta; respecto a la ausencia de seguimiento del devenir de los profesionales, contraponen la idea del Club de Graduados; y contra la crítica general a la falta de cercanía de algunos docentes de materias no directamente vinculadas a la actividad, han intentado poner en marcha un programa de pasantías para profesores.

En diálogo con *La Agencia de Viajes*, la directora de ambas carreras, Lía Lamamy, se refirió a los resultados de estas y otras iniciativas novedosas; en tanto se mostró preocupada por el impacto que ha tenido la nueva ley de pasantías en el sector.

UTN, MARCAREGISTRADA. -¿Cuál es el modelo de enseñanza de la UTN?

-En principio somos la única universidad federal del país. Tenemos el rectorado en Buenos Aires y 24 facultades regionales en todo el país, desde Tucumán hasta Río Grande. A lo cual ahora sumamos la extensión aúlica de Salta.

Si bien la UTN surgió hace 61 años como una universidad dedicada exclusivamente a las ingenierías, en los últimos 20 años fue abriendo su enfoque hacia otras disciplinas. En 2002 quien en su momento era el decano regional (N. de la R.: el actual vicepresidente Julio Cobos) vio que Mendoza era una provincia que podía tener un desarrollo turístico importante y que había

“En el curso de ingreso tenemos que resolver lo que ya tendría que estar resuelto, sobre todo cuando se pretende marcar un alto nivel académico”

necesidades latentes en materia de recursos humanos. Por lo cual en julio de ese año se instaló la carrera de Turismo y en marzo de 2003 la de Hotelería. Esta apertura hacia la actividad se fue replicando en otras regionales, por ejemplo en Córdoba y Madryn, y en su momento en La Rioja y ahora en Salta. Esto permite que el alumno pueda cursar un cuatrimestre acá, y otro en diferentes provincias.

-¿Qué características académicas particulares destacaría de las carreras de Turismo de la UTN?

-En los últimos años las carreras han ido homogeneizándose. La particularidad de la UTN es que orientó la enseñanza hacia la gestión de la empresa turística. Así, en la tecnicatura se forman profesionales aptos para insertarse en una pyme propia o ajena. Además cuentan con herramientas para generar productos y comercializarlos, siempre basados en la creatividad e innovación. Es en la licenciatura donde abordamos la gestión de los productos generados.

-¿Cómo funciona la interrelación con el sector empresario del turismo?

-Es una característica de la UTN trabajar codo a codo con los sectores productivos, tanto en las ingenierías como en el resto de las áreas, ver cuáles son las necesidades del mercado y analizar cómo se va modificando. Actualmente no hay universidad que esté separada del sector. Todas sabemos que el empresario es nuestro mejor aliado, en tanto y en cuanto reconozca a nuestros egresados.

-En alguno de los reportajes justamente se planteó la dificultad estructural de seguir la dinámica del mercado, ¿Cómo lo trabajan desde la UTN?

-La idea es ir un paso adelante y sorprender al sector. El proceso educativo es más lento que el productivo. Se tarda 4 ó 5 años en formar un profesional, tiempo en el cual el mercado cambia. Entonces hay que aggiornarse permanentemente, y esa es otra de las virtudes de la UTN. Por ejemplo, hace 15 días acabamos de lanzar nuestra plataforma 2.0 para las carreras de Turismo y Hotelería con una inclusión en las redes sociales (www.utntyh.com). Para nosotros eso significó darle una respuesta al alumno que lo sorprendió. En el fondo fue detectar que ellos tienen esas necesidades y que la universidad debía actuar ya, no dentro de cinco años.

BENDITAS PASANTÍAS. -¿Cómo los impactó la nueva ley de pasantías? Muchos de los reportados en esta serie dicen que los empresarios ya no les piden alumnos.

-Igual que al resto. Es un tema preocupante, ya que nosotros tenemos una concepción muy fuerte con las pasantías. Lamentablemente, el resultado de la ley es que se cerró el mercado. Igualmente, recordemos que es algo que ya pasó en el '99 cuando la ley de pasantías pasó del ámbito del Ministerio de Educación al de Trabajo. Al principio, el mercado se cerró, pero luego empezó a



flexibilizarse. También es cierto que hace más de 20 años que estoy en educación y nunca viví esta situación de cierre de puertas. Para Mendoza es duro porque tenemos muchas pasantías fuera de la provincia. El tema es que ahora vemos que las restricciones se están sucediendo en todo el territorio. A lo cual se suma la crisis mundial, que también bloqueó la salida de los estudiantes fuera del país -lo cual se daba y mucho-

-¿Cómo se soluciona esto para evitar que salgan profesionales sin roce con el mundo empresarial?

-Estamos apelando a herramientas que incluyen la relación con el medio para suplir las pasantías, pero no es lo mismo. Estamos en un período de transición, a la espera de ver cómo se ajusta la normativa. Pensamos que la reglamentación de la ley podría llegar a beneficiar en algo. Y también el empresario necesita un tiempo.

Insisto, en el '99 pasó lo mismo y al año se acostumbraron a las pautas de la nueva ley. Yo soy optimista y creo que de alguna forma se van a acomodar, porque los empresarios van a querer recursos humanos bien capacitados.

-¿El mundo académico ha hecho su reflexión sobre los abusos y la mala utilización de los pasantes que desencadenó la sanción de la nueva ley?

-Lo que pasó con las pasantías

acontece con todos los modelos legales de Argentina. Hay excesos. Nosotros somos una universidad extremadamente seria en este tema y siempre hemos hecho el seguimiento de nuestros alumnos. En mi formación en Europa tuve que hacer la pasantía, por ende comprendo su valor. Así que nunca favorecimos los excesos, ni permitimos que el alumno supliera el aula por la pasantía, sino que la tomamos como un complemento. Trabajamos con empresas que cumplían las pautas o se las hacíamos cumplir.

De hecho, la ley no estaba mal planteada, el tema era cómo se aplicaba y cómo funcionaban los organismos de control, porque ya sabemos que librado a cada institución eso no funcionó.

-Uno de los reclamos de los profesionales a las casas de estudios de turismo es que deberían exigirle a todos sus profesores que estuvieran empapados del conocimiento en terreno del sector. En este sentido, ustedes implementaron las pasantías para docentes, ¿cómo funcionaron?

-Estaba previsto dentro de la ley anterior. Lo habíamos empezado a aplicar con una empresa hotelera de Mendoza, pero ahora está más complicado. Además no fue algo que los empresarios hayan manejado mucho. Los docentes sí tienen mucha necesidad

PERFIL

Lía Lamamy es licenciada en Turismo (Universidad de Morón), con un BTS en Gestión Hotelera (Estrasburgo, Francia) y una especialización en Ingeniería en Calidad (UTN). A lo largo de su trayectoria académica ha sido directora de las carreras de Hotelería y Gastronomía en el Ateneo de Estudios Terciarios y

en la Fundación de Altos Estudios. Desde 2002 es directora de las carreras de Turismo y Hotelería en la UTN-Facultad Regional Mendoza (creadas en 2002 y 2003, respectivamente) y de la licenciatura en Gestión de Empresas Turísticas (instrumentada en 2006), con extensión aúlica en Salta desde agosto pasado.



¡Distíngase con la mejor cobertura de Seguro de Turismo Plus! Proteja a sus pasajeros, su establecimiento y su personal.

Estos son sólo algunos de los Establecimientos y Emprendimientos Turísticos que ya cuentan con nuestra cobertura:

- La Pequeña Holanda
- La Candelaria
- Cabañas Inca Hué
- Portal Piedra de Jujuy
- Sol y Luna
- Garaguatay
- Las Cuatro Estaciones
- Che Pampa
- Paseo del Delta
- Isla Margarita
- Los Serafines
- Quinta Melesi
- La Aguada Hotel de Montaña
- Estancia Santa Rita
- Estancia San Antonio
- Estancia Don Joaquín
- Estancia La Julia
- Los Charitos
- Cabaña Las Sierras
- Establecimiento Las Marías
- Estancia La Escondida
- La Serranita
- Isla Chamamé
- Abba Tour
- Cabañas Villa La Angostura
- Estancia San Carlos
- Las Rubitas
- Cabañas y Posadas del Sol



Instituto Asegurador Mercantil

Av. Belgrano 774 - C. A. de Buenos Aires - 0800.3333.426 - Tel/Fax: 011.5555.8500 - www.institutoasegurador.com.ar/stp

Reportaje

de hacerlo y dio muy buenos resultados con los profesores del área de gestión. De todas maneras, siempre generamos esa interacción, ya sea a través de seminarios, debates o mesas redondas. Incluso, muchos de los profesionales que están en la actividad dictan materias en las áreas técnicas y los docentes específicos del área de gestión después de siete años se han ido especializando en turismo y hotelería. Antes creo que estábamos más desconectados del sector.

-¿El empresario entiende la necesidad y el valor de abrir las puertas a los estudiantes?

-El profesional que está a cargo de una empresa y se formó en la especialidad es quien abre las puertas y con quien trabajamos. Y también es viable dentro de la política de recursos humanos de algunas corporaciones. Sucede que quien estudió vivió en carne propia ese reclamo y ahora lo que más quiere es que no le pase lo mismo a otros colegas.

Quizás el empresario chico es más reticente.

LA BASE NO ESTA.

-Una característica de la UTN es que también toman examen de ingreso en las carreras de Turismo. ¿Qué es lo que observan en los chicos que deciden iniciar

el camino en la actividad?

-Lo establecimos hace cuatro años teniendo en cuenta que las carreras de Turismo y Hotelería son medianamente nuevas en Mendoza y que para llegar a una base de componentes necesitábamos fijar un examen de ingreso. Es muy fuerte en el área de inglés, dado que en el tiempo que dura la carrera no podemos hacer milagros. Con el tiempo se ha creado la cultura de que si querés estudiar turismo y hotelería en la UTN hay que prepararse para un examen de ingreso. Al inglés le fuimos agregando otras disciplinas, intentando medir los conocimientos que el alumno traía y que se pusiera a tono con lo que iba a hacer. Algunos resultados fueron decepcionantes. Era muy duro para el alumno después del secundario.

-¿Cómo se hace para romper la idea del facilismo vinculada a la carrera de Turismo: estudias, en tres años tenés el título y en seguida conseguís trabajo?

-El examen de ingreso es una manera y no hay otras instituciones acá que lo tengan. Por lo cual, quien decide estudiar en la UTN sabe que tiene que hacer un esfuerzo. Esa impronta ya la teníamos por lo que significa el ingreso a ingeniería. Como veníamos con ese paraguas protector, quisimos que el que nos elija sepa que sigue estando en la UTN.

-Todos los años los medios masivos reflejan el fracaso de los postulantes a carreras tradicionales en las universidades que toman examen de ingreso ¿Cuáles son los resultados en el caso de turismo?

-En turismo también pasa. Por ejemplo, incluimos un piso mínimo de conocimiento en geografía del mundo. Se supone que si quieren estudiar turismo y hotelería es porque les gustan los viajes y al menos deben poder ubicar las provincias de Argentina. Y no siempre funciona. En lo cultural no hemos tenido crecimiento, aunque sí nos llama la atención que cada año son mejores los ingresos en inglés. Eso nos plantea la cuestión de cómo mejoramos lo que viene antes de nosotros, el secundario y la primaria. De hecho, hace dos años el curso de ingreso para ingeniería en Mendoza pasó de dos a seis meses de cursada. En turismo vamos a tener que hacer lo mismo y ampliar contenidos. Hay que intentar resolver en seis meses lo que ya tendría que estar resuelto porque de otra manera no podrían continuar, sobre todo cuando se pretende marcar un alto nivel académico.

"Hace más de 20 años que estoy en educación y nunca viví esta situación de cierre de puertas tras la nueva ley de pasantías"

SIGUIENDO A LOS GRADUADOS.

-La semana pasada la directora de Formación en Turismo de la Sectur planteaba la falta de seguimiento que tienen las casas de estudios sobre sus egresados. En el caso de ustedes ha implementado el Club de Graduados, ¿qué resultados ha tenido?

-Funciona espectacular, ya que es algo que marca identidad. En las dos carreras -Turismo y Hotelería- tenemos más de 500 alumnos y cerca de 200 graduados, que en Mendoza es una cifra importante, con quienes trabajamos el sentido de la pertenencia. Además, al ser parte de una red de más de 80 mil alumnos saben que hay posibilidades de convenios internacionales o de posgrados que hacen que el egresado esté marcado por la UTN.

-Supongo que también les permitirá saber cómo se insertaron en el mundo laboral.

-No ha sido mala, pero es diferente a la que se da en Buenos Aires, en el sentido de que el habitante de Mendoza no se desplaza para aprovechar las ofertas laborales que tenemos

fuera de la provincia. Por eso estamos trabajando en el componente cultural para demostrarle al alumno que puede hacer pasantías en Buenos Aires o ir a estudiar a Salta, donde va a tener mayor amplitud. Lo que sucede es que en los últimos años se han creado tantos puestos en Mendoza que la inserción fue buena.

-Atado al boom del turismo de los últimos años se multiplicó la oferta académica y las matrículas. Ahora que se vive un declive de la demanda de viajeros, ¿cómo se hace para evitar la frustración del que está estudiando, a quien le cambió el mapa de la inserción?

-Primero que el número de graduados es muy bajo en relación a los que ingresan, como en todo proceso universitario. Segundo, lo que trabajamos desde la tecnicatura es la capacidad de generar un emprendimiento propio. Mendoza es una provincia que da para eso. Si hay algo que no queremos es reproducir lo que se viene haciendo.

-¿Está en la cultura del estudiante de turismo ese espíritu emprendedor?

-No, nos cuesta mucho. En la tecnicatura no lo logramos, nos va mejor en la licenciatura. Nosotros desde cada cátedra tratamos de inculcarle una herramienta muy buena como es la creación del producto turístico. Por eso la

carrera es gestión de empresas. El turismo tiene como valor agregado -frente a la hotelería que demanda más inversión- la posibilidad de tener un emprendimiento basado en poder mostrar un producto diferente. No es fácil con alumnos de 18 ó 19 años, pero después vemos cómo se van asociando y van creando agencias receptoras con productos diferentes.

-¿Cómo surgió la elección de Salta para el dictado del trayecto a licenciatura? ¿Hay una visión de acoplarse al buen trabajo que hizo el destino en los últimos años?

-Fue una suma de voluntades. Viajamos a Salta en 2008 para ver qué estaba haciendo la provincia para haber crecido tanto. Fue el sector educativo de Salta el que nos planteó la necesidad de la licenciatura, ya que había tecnicaturas. Tuvimos un encuentro con la Aaavyt y convenimos la posibilidad de abrir la carrera en distintas provincias. Inmediatamente nos dijeron que Salta tenía que ser la primera por el crecimiento y la carencia de recursos humanos. En nueve meses trabajamos para que hoy estuviera inaugurada.

Somos una universidad que vamos a dar respuesta en aquellos medios donde no exista la oferta, no intentamos competir. Es más, la hemos armado con docentes salteños y es un producto de ellos y para ellos. En este sentido, el apoyo de la Aaavyt y del gobierno fue fundamental. ▽

www.abonnietour.com
Operador Mayorista 100% online

ENTRÁ Y REGÍSTRATE AHORA!

COTIZAR • RESERVAR • VENDER ONLINE
VUELOS + HOTELES + TRASLADOS + AUTOS
+ ACTIVIDADES + PAQUETES

ABONNIE TOUR NO ES SOLO UNA PAGINA WEB, ES UNA COMPANIA CON MAS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO TURISTICO QUE OFRECE A SUS CLIENTES UNA HERRAMIENTA EXCEPCIONAL.

NO PIERDA TIEMPO VENDA TODOS LOS SERVICIOS CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA y ENTREGUE LOS VOUCHERS A SUS PASAJEROS EN EL MOMENTO.

SEMINARIOS DE CAPACITACION TODOS LOS MARTES Y JUEVES DE JULIO.

TODOS LOS DESTINOS EN UN SOLO LUGAR!
EXCELENTES COMISIONES!

ABONNIE TOUR
TOUR OPERATOR - WHOLESALER
BY Ley 3713

Cerrito 228 - Piso 4 - Ofic "A"
Tel/Fax: (54-11) 5032-TOUR (8687)
Mail: info@abonnietour.com

Logos: American Express, Mastercard, Visa, Pago con tarjeta, American Express, AAVYT, ASTA, American Society of Travel Agents.

Sudamerican Tours
Leg. 11360

Comisión 12%

CHILE
FIN DE SEMANA LARGO EN SANTIAGO 4D/3N
(Del 09/10 al 13/10)

* SANTIAGO: 03 Noches Hotel Kennedy * Hd City
Tour * Fd Viña y Valparaiso (sin almuerzo)
*Desayuno * Traslados. **u\$s 303**
+162 Tax

PERU
VALLE SAGRADO DE LOS INCAS 7D/6N

* Lima: 01 Noche * Cuzco: 03 Noches * HD City y Ruinas * Fd Pisac y
Fortaleza de Ollantaytambo c/almuerzo * Valle Sagrado: *
FD Machu Picchu Tren Backpacker * Aguas Calientes: 01
Noche * Traslados * Desayunos. **u\$s 939**
+142 Tax

Tarifas por persona base doble. No incluyen Iva, gastos de reservas, administrativos y/o Bancarios. Condiciones generales de contratación a su disposición. Chile: Incluye aéreo internacional de LA clase "O" Solo válido en la fecha arriba mencionada. Peru: Incluye aéreo de LP, clase "O" para los tramos internacionales y "B" para los tramos internos. Válido hasta Nov 2009.

San Martín 663 4º Piso C1004 AAM - Bs As - Arg. - Tel.: (54-11) 4312-5003 int 111.
e-mail: ventast@sudamericantours.com.ar
www.sudamericanemisivo.com.ar