

Análisis D.A.F.O. de calidad de la enseñanza del alemán y francés aplicados al turismo

M^a Cruz Alonso Sutil y Elena Puertas Cepeda
Universidad Rey Juan Carlos

1. Introducción

La transmisión del conocimiento es uno de los problemas fundamentales en todo proceso educativo. La enseñanza está en continuo cambio y evolución. Desde este punto de vista debe constituirse en una enseñanza dinámica y evolutiva.

La investigación ha sido el eje motor de todas las disciplinas en las que se han invertido grandes cantidades de recursos); sin embargo, en las enseñanzas turísticas en España ha existido tradicionalmente una falta de interés por la investigación, ha carecido de bases metodológicas y/o teóricas o, en todo caso, ha estado sujeta a una escasa crítica. Podemos decir, no obstante, que actualmente esta situación está cambiando.

Es interesante reflexionar acerca de la escasa existencia de estudios que permiten medir la importancia y la aportación de la investigación turística. Los factores más importantes han sido:

- La excesiva amplitud y heterogeneidad de la disciplina turística
- Desconexión entre educación e investigación

La formación lingüística en las enseñanzas turísticas necesita una **valoración de su calidad**. El sector demanda cada vez personal más especializado, tanto en formación técnica como en formación lingüística específica. El conocimiento de un idioma se presenta como requisito indispensable. Las empresas han pasado del concepto de “aconsejable” a “indispensable” en sus criterios de valoración. El idioma ha de servir como instrumento en el trabajo. La tradicional imagen que ha padecido la situación de los idiomas en la formación universitaria, ha cambiado considerablemente en los últimos años y ha supuesto una revolución de la demanda

lingüística. Son muchas las carreras que incluyen en sus estudios el aprendizaje de un idioma, bien como asignatura troncal, bien como optativa. La enseñanza de una lengua extranjera ha dejado de ser dominio de la formación estrictamente filológica. Desde este punto de vista la enseñanza de lenguas extranjeras para fines específicos ha supuesto una revolución a la que todos nos hemos tenidos que ir adaptando:

Normalmente el profesor de idiomas parte de una formación puramente filológica y ha de “ingeniárselas” para acceder a los conocimientos técnicos de dicha disciplina en pro de una enseñanza lingüística de calidad. Desde este punto de vista creemos necesaria, como ya hemos mencionado anteriormente, una valoración de la calidad de la formación lingüística tanto en alemán como en francés para fines específicos. Una valoración de este tipo se está llevando a cabo en la Diplomatura de Turismo de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).

Desde los Departamentos de Alemán y Francés somos conscientes de que el reconocimiento que se da a ambos idiomas se diferencia considerablemente del que se da al inglés. Este último, desde su condición de lengua franca en las relaciones comerciales principalmente, ocupa una situación privilegiada de predominio lingüístico. Dicho predominio trasciende también al sector turístico. De hecho, tanto en el alemán como en el francés turístico hay una gran presencia de préstamos lingüísticos anglosajones.

Estamos llevando a cabo un análisis de calidad de la formación lingüística que se imparte en “Alemán aplicado al Turismo” y en “Francés aplicado al Turismo” en la Universidad Rey Juan Carlos basado en el sistema de **Análisis de Calidad DAFO**. Este análisis permite objetivar los resultados desde un estudio de campo puntual. Los objetivos consisten en identificar las vías que facilitan una mejora de la calidad en la enseñanza lingüística específica dentro de Turismo.

Nos gustaría, en primer lugar, definir el concepto de *calidad de la enseñanza universitaria*. La enseñanza, como bien es sabido, es un fenómeno complejo en el que intervienen un gran número de variables para lograr cambios intelectuales, aptitudinales, psicomotrices u otros, en los individuos que son objeto de la misma (Aparicio Izquierdo, F.: 1994, 43). El término “calidad” –según una de las definiciones proporcionadas por la Real Academia Española–, es: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie.

En consecuencia, hablar de calidad implica comparar entre “cosas” de la misma especie o medir; es decir, cuantificar utilizando algún patrón. Es necesario, por tanto, disponer de referencias, criterios o métodos de comparación o medida para que, efectivamente, pueda apreciarse la calidad de algo y así poder considerarlo como mejor, peor o igual que otro elemento de su especie.

En nuestro caso la comparación se ha establecido en el análisis secuencial de la evolución de la calidad de la formación en los últimos años. El empresario turístico es consciente de que el conocimiento lingüístico supera al conocimiento técnico. La enorme dificultad del tema no impide que se realicen intentos para desarrollarlo o proporcionar aproximaciones razonables que permitan resolver los problemas planteados.

Hemos querido establecer el sistema de análisis de calidad que mejor se adaptara a nuestros objetivos de investigación. Dicho sistema es *Análisis D.A.F.O.*

2. Sistema de análisis D.A.F.O.

Este estudio analítico se basa en la definición de cuatro indicadores básicos: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades

2.1. Debilidades

1. La variedad de servicios y actividades a realizar en el seno de una empresa turística de cara al cliente, ha conducido a la **polivalencia** de los empleados en el sector; dicha polivalencia, además se ve dificultada desde la carencia de una especialización lingüística de los mismos.
2. Como sector económico, el turismo presenta una gran **diversidad** y **heterogeneidad** de actividades que resultan en muchas ocasiones, de difícil tratamiento conjunto. Podemos decir que los establecimientos hoteleros o de restauración no requieren el mismo tratamiento que el transporte de viajeros y, dentro de éste, habrá que tener en cuenta las diferencias entre el transporte aéreo y el terrestre, etc. Esto también tiene su repercusión en el aspecto formativo lingüístico.
3. **Confusión y/o desconocimiento** por parte de la sociedad de los contenidos de las enseñanzas turísticas.

4. Todavía se padece la **errónea concepción**, por parte de algunas empresas del sector, de que es suficiente el conocimiento de una sola lengua extranjera, en la mayoría de los casos del inglés.
5. El actual Plan de Estudios de la URJC, desde la perspectiva de la **carga lectiva asignada** a los idiomas, no se ajusta en absoluto a las necesidades demandadas por el sector. La precariedad de la carga lectiva se distingue como una de las principales debilidades.
6. Existe un **bajo nivel porcentual** de los estudiantes de alemán y de francés turístico con respecto a los que eligen inglés.
7. El acceso del alumno a los estudios de turismo se produce con desconocimiento del sector al que va a integrarse: **falta de orientación y de vocación**.
8. **Carencia de un análisis de competencias** a nivel superior que justifique los estudios universitarios de Turismo. Desde la Diplomatura de Turismo de la URJC estamos llevando a cabo un proyecto de investigación que justifique la importancia de la necesidad y de la calidad de la formación lingüística para fines específicos en Turismo.
9. El proceso de tutelaje del centro y de la empresa a la hora de hacer prácticas es insuficiente.
10. Falta una política de diseño para la formación de formadores.
11. No existe una cultura generalizada de contratar directivos con perfiles académicos definidos, a pesar de que esta situación está modificándose.

2.2. Amenazas

1. La **baja calidad** de la formación en idiomas de otras instituciones, que imparten igualmente los Estudios de Turismo, puede reducir la imagen global del sistema.
2. Los centros y las titulaciones turísticas de otros países, en particular los europeos y norteamericanos, tienen una **mayor consideración y reconocimiento** que los nacionales. Esta tendencia se sigue produciendo sin que existan los oportunos estudios comparativos.
3. **La rigidez de las estructuras**, también en el caso del profesorado, corre el riesgo de alejarse de la realidad y hace necesaria una inminente mayor formación complementaria.

4. La **ausencia de un segundo ciclo** universitario especializado en turismo provoca un vacío para la formación de directivos de las empresas turísticas.
5. **Ausencia de un departamento universitario** específico en turismo, mientras que sí existe en otras universidades europeas.
6. **Falta de orientación** para el alumno.
7. **Falta de reconocimiento** por parte de algunas instituciones y miembros del sector de la importancia de la formación lingüística en turismo.
8. **El rechazo** del alumno a la hora de elegir las asignaturas de alemán – principalmente– y francés –en segundo lugar– teniendo en cuenta que en las enseñanzas primaria y secundaria ambas asignaturas ya están situadas en desventaja con respecto al inglés. Este lastre se arrastra hasta la universidad.

2.3. Fortalezas

1. Las **expectativas** que el sector tiene respecto a la formación lingüística en alemán y francés turístico son **altas o muy altas**. Se siente la necesidad de formar a sus empleados. Sirva como ejemplo nuestra colaboración con Paradores de Turismo, SA.
2. Excelente imagen formativa de la Diplomatura de Turismo de la URJC.
3. El 65% del sector hotelero opina que la oferta formativa lingüística en alemán y en francés es muy buena o buena.
4. El sector turístico se percibe como una vía rápida al empleo desde el conocimiento de alemán o francés.
5. La sociedad percibe la formación turística como una carrera profesional atractiva.
6. En el sistema educativo turístico se ha alcanzado el nivel de grado medio universitario.
7. Existe una parte del profesorado que posee una profunda experiencia en el sector.
8. El sistema de prácticas con las Oficinas Españolas de Turismo en Alemania, Suiza, Austria y Francia, así como con distintas empresas del sector, permite tanto

la aplicación de los conocimientos adquiridos como la continuación del proceso de aprendizaje.

9. Cuando se contrata a nivel directivo el mayor porcentaje posee conocimientos de una o más lenguas extranjeras. Desde la Universidad Rey Juan Carlos, se fomenta aún una mayor implicación de nuestros alumnos en el aprendizaje de idiomas.

10. Casi un 30 % de los alumnos consigue su empleo a través del conocimiento del alemán o del francés.

11. Aproximadamente un 90% de los alumnos elige los estudios de Turismo – motivados parcial o totalmente en la decisión de elección– porque estos ofrecen la enseñanza obligatoria de dos idiomas. (A elegir libremente entre inglés, alemán, francés).

12. Actualmente las empresas turísticas consideran ventajosa la formación de idiomas de los Diplomados de Turismo.

2.4. Oportunidades

1. Desde el Rectorado de la URJC se contempla la ampliación de los estudios de turismo a un **segundo ciclo**, equivalente a la Licenciatura.

2. En el cambio de siglo XX/XXI se está produciendo una **transformación de los niveles de exigencia del turista**. Las empresas del sector turístico son cada vez más conscientes de este fenómeno sociológico e intentan atender a estas nuevas demandas. La demanda lingüística se percibe como un elemento relevante desde el aspecto de la atención al cliente. Las empresas hoteleras ubicadas en las zonas de mayor concentración turística de procedencia tanto alemana como francesa requieren personal cualificado técnica y lingüísticamente, para poder satisfacer las necesidades del turista alemán y francés. Se trata, en definitiva, de contribuir a hacer que se sienta “como en su propia casa”, y qué mejor modo para conseguirlo que hablándole en su propia lengua.

3. La Diplomatura de Turismo de la URJC ofrece formación complementaria a través de sus **Cursos de Postgrado** ofertando el módulo *Alemán en empresas turísticas* y *Francés en empresas turísticas*, siendo un idioma obligatorio.

4. **Rentabilidad para las empresas:** Para las empresas turísticas es más rentable formar a sus empleados técnica que lingüísticamente. Queda patente, por tanto, la

gran oportunidad que se le brinda de este modo a la formación lingüística dentro del sector turístico desde las distintas instituciones universitarias.

3. Propuesta de mejoras

1. El establecimiento de lo que se podría denominar *barreras de entrada de tipo formativo*, es decir, la exigencia de un mayor nivel formativo a los empleados por parte de las empresas del sector, no sólo beneficiaría a su eficiencia, sino que supondría un mayor prestigio y consideración (social y personal) de los profesionales que desarrollan su labor en el mismo.
2. Las actuaciones formativas lingüísticas tienen que ramificarse en la dirección que marquen las diferencias entre cada una de las actividades turísticas, aunque debemos partir de una formación lingüística en alemán conjunta y cohesionada del sector.
3. La actuación para mejorar la educación requiere una decisiva intervención de organismos públicos, tanto nacionales como internacionales. En este sentido, la proyección internacional de la formación turística permitiría afrontar los retos planteados con una perspectiva común, aunque no única, que tenga en cuenta las especificidades de cada país. Esto no contribuiría únicamente al enriquecimiento del intercambio técnico, sino también al enriquecimiento lingüístico de base.
4. Ampliar el número de créditos asignados al alemán en el actual Plan de Estudios de la Escuela de Turismo de la URJC.
5. Sensibilizar al sector de la presencia –a través de la imagen de los estudios de Turismo– de la calidad actual de la formación superior turística, la cual pretende desde su propia experiencia adaptarse a las exigencias demandadas por las empresas del sector: directivos de las distintas empresas turísticas, asesores turísticos, consultores, agentes de viajes, comerciales, personal cualificado en la atención al cliente, informadores turísticos, etc.
6. Realizar periódicamente *análisis de errores* a los alumnos tanto morfosintácticos como supraoracionales con el fin de optimizar los resultados de aprendizaje a partir del reconocimiento de los obstáculos más frecuentes con los que se encuentra el alumno en la asignatura.

Bibliografía

- Aparicio Izquierdo, F. 1994. *La calidad de la enseñanza superior y otros temas universitarios.*, Madrid: ICE, Universidad Politécnica.
- Conferencia AMAT, J. M., 1994, *Formación Continua y "Training" El Capital Humano en el Turismo*, III Foro Profesional del Turismo, FITUR' 94.
- Fayos-Solá, E. 1997. *Una Metodología para la Calidad en Educación y Formación Turística.* Madrid: OMT.
- Instituto de Estudios Turísticos: *Estudios Turísticos: Hacia un modelo integrado de formación en Turismo*, nº 128. Madrid 1995.
- Mora Ruiz, J. G. 1991. *Calidad y Rendimiento en las Instituciones Universitarias.* Madrid: Consejo de Universidades, Secretaría General.
- Ryan, C. 1995. "Tourism Courses: A New Concern for new Times?", *Tourism Management*, Vol. 16 (2), 1995, pp. 97-100.
- Sancho Pérez, A. 1995. *Educando Educadores en Turismo.* Valencia: OMT, Instituto de Turismo, Empresa y Sociedad, Universidad Politécnica de Valencia.