

**FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO E INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL****Un estudio de caso del Polo Turístico Salvador/Bahía, Brasil, y su Entorno**

Domira Fernandes de Araújo<sup>\*</sup>  
Facultad de Turismo  
Fundação Visconde de Cairu  
Salvador – Bahia - Brasil

**Resumen:** Estudios vinculados al tema de calidad de servicios en los centros turísticos destacan que los recursos humanos constituyen el principal elemento para el desarrollo del sector turístico y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Coincidiendo con esta idea, este estudio pretende reflexionar sobre la relevancia de la educación superior, formación y capacitación impartida por las instituciones de enseñanza superior (universidades) en la inserción de los profesionales en el mercado laboral. Para eso, se analiza el contexto de la enseñanza superior y se investigan y analizan las principales dificultades que encaran los licenciados en Turismo y áreas afines (Hotelería, Turismo y Hotelería e Administración Hotelera) al momento de insertarse en el mercado laboral turístico en la región del Polo Turístico Salvador y su Entorno, del Estado de Bahía en Brasil. Se utiliza una metodología cualitativa y cuantitativa, apoyada en las estrategias de grupos focales y en entrevistas en profundidad y encuesta, para entender las percepciones de los actores vinculados al turismo desde los ángulos de la enseñanza superior y el mercado laboral. Se encuentra que la actividad turística es eminentemente estacional y que la formación de los estudiantes en turismo está influenciada por esa estacionalidad; que los cursos de turismo y áreas afines poseen contenidos superficiales y no siempre conciben con las demandas del mercado de turismo; y que en esos cursos son poco estimuladas la proactividad y emprendedorismo.

**PALABRAS CLAVE:** educación superior en turismo, formación, inserción en el mercado laboral, competitividad.

**Abstract:** Professional Education in Tourism and Labor Market Insertion. A Case Study of the Tourist Polo of Salvador/Bahia, Brazil, and Surroundings. Studies that have the quality of the services offered in touristic centers as their main subject affirm that the human resources are the main element for the development of the touristic sector and the sustainable development of the touristic destinations. Agreeing with that idea, this study brings a reflection about the relevance of the college education for inserting the professionals in the labour market. With this objective, the context that involves the college education is analyzed, as much as the main difficulties faced by the graduates tourism and other correlated areas (as hotel management) for inserting themselves in the touristic labour market of the city of Salvador and areas close to the state of Bahia, in Brazil. Qualitative and quantitative methodologies are used, supported by focal groups strategies, interviews and polls, all that to understand the perceptions of the individuals related to the tourism area, since the point of view

<sup>\*</sup> Doctora en Turismo y Desarrollo Sostenible por La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España. Actualmente se desempeña como docente en la Facultad de Turismo de la Fundação Visconde de Cairu, Salvador, BA, Brasil y como Gestora de los Mercados de Lengua Española de la Directoría de Relaciones Internacionales de BAHIATURSA, Organismo de la Secretaría de Turismo del Gobierno de Bahía. E-mail: domira21@yahoo.com.br/ domira@bahiatursa.ba.gov.br

*of the college education until the labour market. It was found that the touristic activity is extremely seasonal; the formation of the tourism students is influenced by this seasonality; the tourism courses and the courses related to this area frequently have superficial contents and it's not usual that they don't match with the tourism market demands; the proactivity and the entrepreneurship are not enough stimulated on those courses.*

**KEY WORDS:** *tourism college education, education, labor market insertion, competitiveness.*

## **INTRODUCCIÓN**

Ducceshi (1972) define la educación como algo esencialmente teórico basado, sobre todo, en el enunciado de conceptos teóricos, ideas, principios, teorías y datos incorporados a un nivel de instrucción destinada a facilitar al alumno un volumen de *know-how* y conocimientos que enriquezcan su competencia y cultura. De acuerdo con Ansarah (2002), la educación es, quizás, el principal elemento que determina la realización profesional del individuo en el sector turístico, y la define como el proceso capaz de equipar a la persona con un conjunto de principios para la interpretación, evaluación y análisis de nuevos conocimientos al desarrollar sus capacidades críticas.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo – OMT (1997) la educación superior universitaria es, sobre todo, una responsabilidad gubernamental, ya que se enlaza directamente con los objetivos macroeconómicos de carácter cívico, de empleo y educación (Ramírez, 2000; Kaufmann, 1996 Y Beni, 1998). Puntualmente, la preparación volcada hacia el turismo,

*[...] debe constituir una parte de la responsabilidad cívica de los ciudadanos. Es deseable que los gobiernos apliquen por ellos mismos los medios de educación y de información de que disponen y que faciliten la acción de las personas físicas y de las entidades que se dedican a esta tarea (OMT, Declaración del Turismo de Manila, 1980: s/p).*

Garantizar una educación con calidad conduce a la formación de profesionales competitivos. Se considerará al concepto de formación, de acuerdo con la interpretación de Ducceshi (1972), como un proceso de perfeccionamiento intelectual por medio de la transmisión de conocimientos que puede convertir el desarrollo de habilidades prácticas – en capacitaciones específicas –, para la obtención de un título profesional. Tratándose del mercado laboral de turismo, la competitividad es un aspecto fundamental para alcanzar el desarrollo sostenible de las regiones, en especial de aquellas donde el turismo es uno de los componentes generadores de divisas. La competitividad en esas áreas se analiza a partir de las características de los destinos turísticos, en lo que concierne a sus atractivos visuales y/o históricos, su gestión, organización, información, capital humano y facilidad de acceso.

Entender que la educación superior es una responsabilidad del Estado, la formación de los estudiantes - destinada a transformarlos en profesionales calificados – debe directamente ser

atribuida a las instituciones de enseñanza superior o universidades, tanto públicas como privadas y supervisadas por las entidades públicas competentes. Consecuentemente estas instituciones, a través de sus mecanismos de enseñanza como metodologías y currícula o planes de estudio, juegan un papel clave para el desarrollo del sector turístico y para el desarrollo sostenible.

Sobre ese punto, la OMT (1995, en Barretto et al, 2004) llama la atención sobre la necesidad de mantener actualizados los mencionados mecanismos de enseñanza. Para esa organización, mantener los mismos planes de estudio durante generaciones causa, además de desmotivación en los alumnos, desactualización en la información que presentan, repercutiendo desfavorablemente, en lo que a competitividad se refiere, en el desenvolvimiento del profesional en el mercado laboral

Catramby (2005) y Teixeira (2002) sugieren que las instituciones de enseñanza superior deben buscar en el mercado laboral elementos que contribuyan a la actualización y/o reconstrucción de sus mecanismos de enseñanza (metodologías y planes de estudio). Una de las formas es la pertinencia de establecer vínculos entre las instituciones de enseñanza superior y las empresas públicas y privadas de Turismo, de modo de incorporar información y técnicas renovadas (Teixeira, 2002). En resumen, se concuerda con Barretto et al (2004:71) cuando establecen que “el valor fundamental de la educación es su capacidad de producir competencias que sean transferidas de forma eficiente al ambiente de trabajo” y se reafirma que esa educación es responsabilidad de las instituciones de enseñanza superior.

El potencial turístico mostrado por la región escogida para el estudio, el Polo Turístico Salvador y su Entorno, presupone que la actividad turística puede desarrollarse casi espontáneamente ya que las condiciones físicas del destino turístico están dadas. Pero en la realidad, se identifica que el desarrollo del sector posee algunas limitaciones en el sentido que el profesional posee dificultades para ingresar en el mercado laboral y aportar al crecimiento del sector.

En el Polo se puede identificar que existe un cierto grado de insatisfacción por parte de algunos visitantes sobre el servicio recibido. Además, se detecta que en los últimos años hubo una proliferación de cursos técnicos de turismo paralela al crecimiento de la oferta de cursos de nivel superior, lo cual presupone que el profesional precisa fortalecer los conocimientos adquiridos en las instituciones de enseñanza superior con conocimientos técnicos fuera de su formación profesional para atender las exigencias del mercado y del visitante.

En este sentido se hace pertinente analizar los factores más relevantes que dificultan a los profesionales recién formados, e inclusive a aquellos formados en gestiones anteriores, a conseguir puestos de trabajo en el sector turístico del Polo. Surgen interrogantes tales como si un bajo nivel de inserción de profesionales de la rama en el mercado laboral está asociado al tipo de enseñanza impartida en las instituciones de enseñanza superior o a alguna particularidad del mercado laboral bahiano.

## LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN TURISMO

Es innegable considerar a la educación como un derecho universal para el ser humano e indudable su relevancia para el desarrollo sostenible tal como fuera manifestado en el Congreso Mundial de UNESCO sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible celebrado en Bonn-Alemania entre el 31 de marzo y el 2 abril, 2009. Entiéndese entonces, que para conseguir un turismo sostenible es imprescindible contar con una educación sostenible y considerar como principio la reciprocidad en las relaciones de la educación en el turismo y el turismo en la educación.

Tratándose de educación en turismo, es perceptible que su relevancia aún no sea tan destacada como en otras esferas del conocimiento por ser éste un campo relativamente nuevo. A pesar de eso, el ritmo del crecimiento de la educación en turismo en instituciones de enseñanza superior (universidades) del mundo es cada vez más mayor, debido a la importancia que se le atribuye al turismo para el desarrollo económico de las regiones en las últimas décadas (Jafari & Ritchie, en Chirivella Caballero, 1997). La incorporación del tema turismo en la educación superior se ha realizado bajo tres enfoques: la educación superior teórica en el turismo, el turismo como actividad práctica educativa y la integración de la educación turística en beneficio a todos los sectores de la sociedad para el desarrollo sostenible (Rebelo, 1999).

El mayor desafío al que se enfrenta la educación superior en turismo es alcanzar un nivel de calidad capaz de formar profesionales calificados para el mercado laboral del área. Para comprender a qué se refiere la calidad de la educación superior se adopta la definición presentada en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI, la UNESCO (1998: 27), que la interpreta como un atributo pluri-dimensional que debe cubrir todas las funciones de las actividades de la enseñanza y de los programas académicos adaptados a las circunstancias del mercado laboral, de la investigación y del fomento de la ciencia. La calidad de la educación superior abarca profesores calificados para la enseñanza, infraestructura, instalaciones y equipamientos adecuados, así como también servicios de extensión comprometidos con el desarrollo de la comunidad. Por lo tanto, la calidad de la educación superior alcanza a actores comprometidos tanto con los procesos de gestión de la enseñanza en las instituciones de enseñanza superior, como con las políticas públicas de educación nacional, regional y local. Según la UNESCO (1998), la calidad de la enseñanza superior está, ante todo, en función de la calidad de los componentes del sistema.

Ducceshi (1972, en Umaña, 2007), Buckley & Calpe (1991) recuerdan que una “buena educación” es condicionante para el aprendizaje y desarrollo intelectual y busca capacitar y formar capital humano. Entienden al aprendizaje como un proceso por el cual los individuos adquieren conocimientos, técnicas y actitudes por intermedio de la experiencia, reflexión, estudio o instrucción (Buckley & Calpe, 1991); y al desarrollo intelectual como el incremento general de conocimientos, junto a la intensificación de técnicas y capacidades en un individuo gracias al aprendizaje (Buckley, 1991).

Esos mismos autores coinciden en que la educación se basa en conceptos teóricos, ideas, principios, y datos, contruidos sobre la base del desarrollo intelectual/teórico del individuo y la formación profesional o capacitación que representa el proceso de perfeccionamiento de habilidades y competencias por medio de instrucción, ó sea, la transmisión de conocimientos prácticos de forma más mecánica, específica, previsible y uniforme.

Por lo tanto, la formación profesional es puntual y limitada, mientras que la educación tiene un foco más amplio, ya que se trata del desarrollo de la persona de una manera integral y orgánica. De esta manera, para que la educación superior en turismo pueda afianzarse aún más como campo de conocimiento teórico y pueda ser ejercida de mejor manera en el terreno práctico hace falta una buena educación, que implica la promoción del desarrollo intelectual de los recursos humanos (OMT, 1995).

Considerando a la formación profesional como una esfera dentro la educación y la profesionalización del individuo, la OMT destaca la capacidad de transferencia de habilidades a los individuos facilitando el desenvolvimiento en sus funciones:

*La educación para el turismo mira más allá del nivel individual e intenta ofrecer una perspectiva global de lo que constituye una perspectiva específica de un sector. El concepto clave es la provisión de transferencia de las habilidades básicas tales como: la habilidad analítica, la habilidad de la comunicación escrita y verbal, y el liderazgo, que deberían desarrollarse y aplicarse en diferentes contextos. (OMT, en Ansarah, 2002: 20)*

Mantener un buen nivel de educación superior en turismo en las universidades y empresas significa utilizar la formación profesional para estimular la capacidad creativa de los profesionales, la habilidad para la adaptación a nuevas tecnologías o el uso de nuevos procesos y las formas de organización que aparezcan; así como facilitar la adaptación del individuo en la empresa, Dencker (2002). En otras palabras, la educación superior en turismo debe dejar en el estudiante universitario la capacidad de innovar y ser productivo, Ansarah (2000).

De acuerdo con Fayos-Solá (1996) y Trigo (2000:243), los resultados inmediatos de un licenciado formado bajo una educación superior en turismo con calidad, se traducen en un mejor desempeño de la actividad turística productiva en su conjunto y, consecuentemente, del macro-entorno. Los profesionales con una buena base de aprendizaje y práctica alcanzan un nivel de madurez profesional más rápidamente, son capaces de comunicarse mejor, ganar aptitudes y contar con mejores iniciativas para resolver problemas y trabajar en equipo. Adquieren también, la capacidad de desarrollar técnicas para obtener información objetiva y tomar decisiones autónomamente. Esos profesionales están prestos a aceptar cambios y a encarar imprevistos causados por factores endógenos y/o exógenos al ambiente de trabajo. Con todo, los profesionales receptores de un buen

nivel de enseñanza superior son capaces de adaptarse a las fluctuantes condiciones de los mercados y tecnologías.

## LACOMPETITIVIDAD EN E MERCADO LABORAL TURÍSTICO

Un elemento clave para el desarrollo económico de una región que trabaja bajo el concepto de turismo sostenible es la competitividad del sector turístico,

*[..] sólo alcanzando un cierto nivel de competitividad puede garantizarse el mantenimiento de renta, empleo y entorno, y maximizar el bienestar de los actores implicados en el desarrollo turístico. Se trata de garantizar la rentabilidad de la actividad turística a largo plazo, a través de un desarrollo sostenible, haciendo énfasis en recursos humanos específicamente cualificados en turismo, que aseguren la profesionalidad del servicio prestado. OMT (1997:11)*

En turismo, la competitividad es analizada a partir de las características de los destinos turísticos, es decir considerando la información que se obtiene sobre su acceso, la forma en que ellos presentan sus atractivos visuales y/o históricos a los visitantes; la eficiencia en la gestión de los empresarios del turismo; en la organización e información del destino turístico. El destacarse de un atractivo de determinado lugar, depende de la capacidad de construcción de estrategias de marketing, la capacidad de establecer alianzas entre instituciones y la capacidad de apropiación de tecnologías de información y comunicación (Francés, 2003). Todo lo cual nos lleva a decir que el capital humano es pieza clave para el desarrollo del destino turístico porque de éste depende su desarrollo (SUDETUR, 2001, en Lage & Milone, 2000). Por lo tanto, en la medida en que el capital humano esté debidamente formado – que cuente con una base consistente de conocimientos técnicos y experiencia gracias a horas prácticas en ambientes laborales durante su formación – se hace más asequible el alcance de mayores niveles de desarrollo sostenible y se consiguen con mayor eficiencia las metas.

Ese capital humano está preparado para vivir en un mundo cada vez más competitivo, donde se debe reducir el tiempo que transcurre entre la formulación de una idea y su puesta en práctica. Traduciendo esto a niveles empresariales, “la capacidad de aprendizaje de cualquier empresa más su capacidad para traducir lo que han aprendido en la práctica rápidamente es lo que, al fin y al cabo, define su ventaja competitiva” (Welck de Ge, en Kjell & Ridderstrale, 2000:169).

Según la OMT (1997) las características relacionadas a la eficiencia en la gestión, la organización e información del destino turístico determinan su ventaja competitiva; mientras que las características relacionadas a las condiciones físicas del destino turístico, tales como el clima, el paisaje o su riqueza cultural son determinantes de su ventaja comparativa entre regiones en un país o entre países.

La competitividad en el sector turístico se reduce esencialmente a tres factores: calidad, satisfacción y fidelidad, que se encuentran ligados entre sí. La forma en la que la calidad está percibida por los clientes genera satisfacción directa en los mismos y, consecuentemente, crean una

cierta fidelidad hacia el servicio o producto servicio recibido. Según Bordas (2002, en Mendonça, 2003), proporcionar satisfacción es el objetivo de todo servicio o producto que provee distracción al turista. Esta satisfacción no solamente es propia del visitante sino también del pueblo anfitrión que percibe y recibe los beneficios directos e indirectos de la empresa. Este autor sugiere que para asegurar la satisfacción del turista es fundamental proveerle de seguridad y confort durante su estadía, lo que se consigue cuando la región anfitriona o 'cluster' está bien estructurada.

## EL CONTEXTO DEL TURISMO EN BRASIL: POLO TURÍSTICO SALVADOR Y ENTORNO

De acuerdo con la OMT, hoy en día se reconoce que el turismo es una de las industrias más importantes del mundo y que puede influir favorablemente en el crecimiento y desarrollo económico de un país. Para Brasil, país poseedor de gran riqueza natural y cultural, la actividad turística representa una oportunidad para generar empleo, disminuir los índices de desigualdad y mejorar la distribución de los recursos a nivel local, regional y nacional. Para este fin, resulta primordial estimular el espíritu emprendedor de sus habitantes, promover la sana competencia entre empresas ya existentes y promover la preservación del patrimonio natural y cultural.

En el Cuadro 1 se muestra el flujo de turistas a nivel mundial junto a su variación porcentual, lo que sirve de parámetro para justificar la importancia de la actividad turística en el crecimiento y desarrollo económico para los años 1995, 2003, 2004 y 2005. Realizando una comparación del flujo de turistas entre 1995 y 2005 y entre diferentes destinos turísticos de Europa, Asia, el Pacífico, América del Norte y Sur y África, Brasil acogió a más del doble de turistas, siendo 5,4 millones en 2005 y 2 millones de turistas en 1995. Eso representa un crecimiento del flujo turístico de ese país de un 170% y una suba en la escala de las posiciones de los países beneficiados gracias al turismo, llegando a ocupar el segundo lugar de la lista descrita en el Cuadro 1.

Cuadro 1

Flujo de turistas a nivel mundial							
Lugar /período	1995	2003	2004	2005	%1995-05	%2003-05	%2004-05
	Nro. de turistas (en millones)				Variación porcentual (%)		
Mundo	538,00	697,00	766,00	808,00	50,20	15,90	5,50
Europa	309,00	408,60	425,60	443,90	43,70	8,60	4,30
Asia y el Pacífico	85,00	114,20	145,40	156,20	83,80	36,80	7,40
Américas	109,00	113,10	125,80	133,10	22,10	17,70	5,80
América del Sur	12,00	13,70	16,00	18,00	50,00	31,40	12,50
Brasil	2,00	4,10	4,80	5,40	170,00	31,70	15,50
África	20,00	30,70	33,30	36,70	83,50	19,50	10,20
Oriente Medio	14,00	30,00	35,90	38,40	174,30	28,00	7,00

Fuente: Organización Mundial de Turismo – OMT 2006 y Anuario Estadístico EMBRATUR. 2001 (\*) Dato preliminar

El PNCPET se concentró en garantizar una mejor calidad y mayor seguridad de los servicios turísticos por medio de la cualificación profesional y empresarial continua con el objeto de alcanzar un nivel de calidad de marca homogénea en las diversas actividades turísticas. Para eso se articularon diversos actores relacionados con el turismo: pequeñas y medianas empresas, taxistas, tiendas, posadas, los restaurantes, artesanos y otros.

Bahía, uno de los nueve estados federales brasileños de la región noreste, fue uno de los beneficiados por el PNCPET. Ese estado, ocupa un área de 567.295,3 kilómetros cuadrados y se compone de 417 municipios, que en su conjunto amparan a una población de 13.815.334 habitantes (Instituto Brasileño de Geografía y Estadísticas – IBGE, 2005). Se caracteriza por ser la región de mayor influencia africana debido a la gran descendencia de esclavos de la época de la colonia portuguesa. Esa influencia se traduce en su música, gastronomía, religión (sincrética) y en las costumbres de su población, que constituyen una gran ventaja comparativa.

La década de los años 1990 se perfiló para Bahía como 'la década del turismo' en lo que respecta al desempeño económico y eso gracias al éxito de la implementación del Programa de Desarrollo Turismo de Bahía (PRODETUR/BA) en cinco Zonas Turísticas identificadas - *Bahia de Todos os Santos, Chapada Diamantina, Costa dos Coqueiros, Costa do Dendê, Costa do Cacao, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias, Chapada Diamantina* (SUDETUR, 2001). Ese programa se responsabilizó de las inversiones públicas de mejoramiento de las condiciones físicas de esas zonas, como son la ampliación del sistema de abastecimiento de agua, el saneamiento básico y las reformas en el aeropuerto principal de Salvador; así como la protección y recuperación ambiental y del patrimonio histórico-cultural para la recepción del turista nacional e internacional.

El fruto de las políticas del PRODETUR/BA se tradujeron en un aumento del 4% del Producto Interior Bruto (PIB) entre 1991 y 2004 (SECRETARIA DE TURISMO DE BAHIA, 2006), situando a Bahía en la segunda posición del ranking del turismo de ocio del país y en la tercera con respecto al resultado global de la actividad.

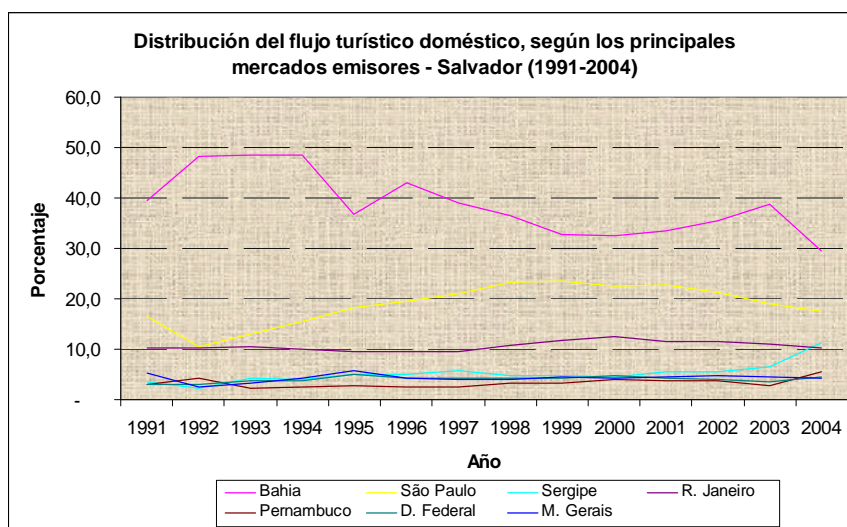
Una segunda etapa del PRODETUR/BA (2005 a 2020), se crea para impulsar y dinamizar mecanismos de gestión participativa a través del fortalecimiento municipal y del refuerzo de la educación ambiental en las comunidades. Los esfuerzos se volcaron a mejorar la capacitación técnica en turismo, la integración de los empresarios en los circuitos internacionales con formación en marketing para las empresas y la capacitación de la mano de obra perteneciente a las comunidades bahianas, sintonizando esos esfuerzos con los fines del desarrollo sostenible. Simultáneamente, se dio continuidad a la ampliación del programa de infraestructura básica y su mantenimiento. El desempeño de las acciones llevadas adelante por el Estado Federal de Bahía permitió captar más inversiones para las referidas Zonas Turísticas.



Como resultado de la implantación del PRODETUR/BA, se aprecia una mejora en el flujo turístico tanto nacional como extranjero en Bahía dentro del período 1991-2004. Aunque en algunos años el crecimiento del flujo turístico (nacional y extranjero) es negativo (en 1992, 1995 y 2001 para el caso de los turistas nacionales y 1996, 1997 y 2001 para el caso de los turistas extranjeros), los impactos económicos son significativamente favorables. Vale destacar que el crecimiento positivo del flujo turístico del segmento nacional es más acentuado que el del segmento extranjero.

La capital de Bahía, Salvador, es el destino turístico más importante (SCT/BAHIATURSA, 2001). Los siete principales mercados emisores de turistas nacionales (o domésticos) hacia Salvador provienen de municipios del interior de Bahía y de los estados federales de Sao Paulo, Sergipe, Río de Janeiro, Pernambuco, Distrito Federal y Minas Gerais, representando en su conjunto un promedio del 85% de los turistas visitantes por año. De todos ellos, los municipios del interior de Bahía constituyen su principal mercado emisor de turistas - a pesar de ser el más fluctuante, seguidos de Sao Paulo, cuyo flujo sufrió una contracción de aproximadamente 10% el año 2002 y mejora posteriormente hasta y oscilar alrededor del 20%. Los restantes mercados emisores representan porcentajes menores del 10%. Esto se puede apreciar en el Gráfico 1.

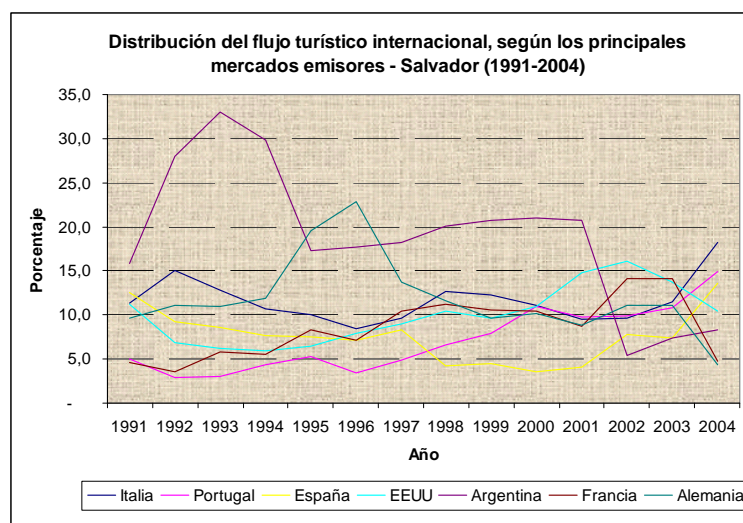
Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Secretaría de Cultura y Turismo: Estrategia Turística de Bahía (2006)

En lo que respecta al flujo turístico internacional hacia Salvador en el mismo período, los turistas de Italia, Portugal, España, Estados Unidos, Argentina, Francia, y Alemania fueron los más representativos, con un promedio el 75,6% del total de visitantes. El Gráfico 2 muestra que el comportamiento de estos mercados emisores fluctúa mucho. Argentina es el único, dentro de este grupo, que pertenece al mismo continente con una mayor oscilación que los otros y representó el 33% en el año 2003. Después de Argentina, Alemania fue el país más representativo de turistas extranjeros en Salvador.

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Secretaría de Cultura y Turismo: Estrategia Turística de Bahía (2006)

Durante ese período, el estado bahiano comenzó a priorizar políticas locales centradas en promover el entorno natural (producto turístico local) de Bahía, como diferencial competitivo de sentido del lugar. El éxito alcanzado por estas políticas públicas de promoción turística no se reflejó únicamente en el comportamiento del flujo internacional sino también en el flujo nacional, pues su tendencia a lo largo del período fue constante y creciente.

El indicador de Medios de Hospedaje corrobora lo anteriormente expuesto, al mostrar que el flujo doméstico (dentro de Brasil) posee un porcentaje promedio de 77.4% a lo largo del período, restando un 22,6% distribuido entre los países emisores de turistas hacia Salvador. Este factor ha empujado hacia adelante al desarrollo y el crecimiento del sector hotelero.

A los fines de esta investigación se escogieron las zonas turísticas de Bahía de Todos los Santos (*Bahía de Todos os Santos*) y Costa de los Coqueiros (*Costa dos Coqueiros*), ambas definidas como el Polo Turístico de Salvador y su Entorno. Esta región posee una superficie de 10.181,50 Km<sup>2</sup> (1,8% del Estado da Bahía) y es habitada por 3.136.353 habitantes (23,96% de la población del estado bahiano) con una densidad demográfica media de 615,67 residentes por Km<sup>2</sup> (IBGE, 2000).

Bahía de todos los Santos es la zona que contiene entre sus municipios a la capital Salvador, que se constituye como el principal destino de turismo de ocio, cultura, eventos y negocios de todo el Estado - considerada la bahía más grande del litoral brasileño, con 36 islas, de las cuales Itaparica es la más conocida, y cerca de 1000 Km<sup>2</sup>. Todo eso gracias a que reúne el mayor conjunto de riquezas patrimoniales históricas: monumentos de arquitectura civil, religiosa y militar de la era colonial brasileña. Uno de sus principales atractivos es Pelourinho, considerado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Mientras tanto, la Costa de los Coqueiros, que ocupa toda la extensión del litoral norte de Bahía, ofreciendo cerca de 200 kilómetros de playas, grandes áreas con palmeras

de cocos, mata nativa, lagos y dunas, además de reservas ecológicas donde se albergan especies raras de flora y fauna en peligro de extinción. Esta zona vive, principalmente, del cultivo del coco, la pesca artesanal, la artesanía de paja y la oferta culinaria gastronómica basada en frutos del mar (SEBRAE, 1999).

Desde un punto de vista social y económico, Queiroz (2004) identifica en el Polo Turístico de Salvador y su Entorno altos niveles de desigualdad social, bajos niveles de producción y renta y limitada infraestructura para recibir al turista, además de una débil organización y poca especialización en los servicios turísticos.

## **METODOLOGÍA**

Las intervenciones requeridas en el sector turístico, en particular aquellas que se refieren al crecimiento de la oferta de cursos superiores en turismo y áreas afines para la formación de profesionales, imponen un sinnúmero de desafíos para todos los agentes involucrados en el área. Desafíos tales como la formación de capital humano cualificado y su inserción efectiva en el mercado laboral turístico.

Para identificar las dificultades que limitan tanto la formación de capital humano cualificado como su efectiva inserción al mercado laboral, esta investigación utilizó un método cualitativo y cuantitativo, porque la complementación de ambos ofrece información más completa sobre la problemática estudiada y favorece la generación de conocimiento tal como lo explica Wilson (1986). Este tipo de método permite interpretar el significado siempre dentro de su contexto, dejando claro que el significado de un dato concreto o verbal depende de su entorno, que hechos físicamente idénticos pueden tener significados distintos según el contexto, y que hechos diferentes pueden tener un mismo sentido.

Se trata de una investigación de carácter exploratorio y descriptivo, cuyo objetivo es permitir al investigador familiarizarse con la problemática con mayor facilidad. Es exploratoria porque ese proceso ayuda a tener una mejor aproximación al problema planteado (Gil, 1999). Es descriptiva porque el objeto de la investigación precisa de una descripción del contexto, especialmente necesaria cuando se precisa detallar de manera sistemática y objetiva los aspectos y las características de la muestra, la población y área de interés estudiados (Schlüter & Winter, 2003).

La estrategia adoptada es el 'estudio de caso', entendido como un estudio circunscrito a una o pocas unidades como ser una persona, un proyecto, un producto, una empresa, un órgano público, un proceso, una comunidad o incluso un país (Vergara, 1990), cuya finalidad es analizar en profundidad y detalle el fenómeno bajo las características del contexto donde se encuentra inserto (Yin, 2001).

En lo que se refiere a las técnicas de investigación, fueron adoptadas las técnicas de grupos focales y entrevistas en profundidad. Las primeras, permiten obtener información valiosa por medio de la interacción simultánea de los individuos directamente involucrados. Esa información se deduce de las percepciones individuales y colectivas respecto al tema estudiado. Las entrevistas en profundidad tienen la ventaja de obtener información más detallada desde el punto de vista individual lo que no se consigue en entrevistas colectivas. Los sentimientos, emociones y percepciones de los entrevistados se manifiestan más claramente. Aparentemente, son técnicas fáciles de aplicar pero si el investigador no tiene cautela y preparación a la hora de formular la guía de entrevistas y de conducir el diálogo se corre el riesgo de valorizar demasiado respuestas subjetivas o alejadas de los objetivos de la investigación.

El periodo destinado al levantamiento de datos fue de poco más un año, entre los meses de septiembre de 2005 y noviembre de 2006. Se comenzó con el contacto inicial con quince instituciones de enseñanzas superior del Polo Turístico de Salvador y su Entorno, gestoras de cursos en turismo y áreas afines (turismo, hotelería, turismo y hotelería y administración hotelera) reconocidas por el entonces Ministerio de Educación y Cultura (MEC). A posteriori se establecieron contactos con actores vinculados al turismo del sector público y privado.

Las variables de análisis fueron: inserción de los profesionales en turismo y áreas afines al mercado laboral del sector, competitividad en el mercado de turismo, percepción de esos profesionales sobre la actividad turística en el mercado laboral, percepción de los mismos sobre el nivel de enseñanza en turismo en las instituciones de enseñanza superior y desempleo en el sector turístico.

Para el enfoque cualitativo, los instrumentos utilizados fueron guías de entrevistas estructuradas con preguntas abiertas aplicadas al grupo focal y a los entrevistados en profundidad. El grupo focal estuvo formado por licenciados de los cursos anteriormente referidos, mientras que los entrevistados en profundidad fueron diferenciados en tres tipos: gestores responsables por la coordinación de dichos cursos, pertenecientes a instituciones de enseñanza superior públicas (Centro Federal de Educación Tecnológica de Bahía -CEFET- y Universidad del Estado de Bahía -UNEB) y privadas (Facultad de Turismo -FACTUR-, Facultad Castro Alves, Centro Universitario de Bahía -FIB-, Universidad Salvador -UNIFACS- y Unión Metropolitana de Educación y Cultura -UNIME); agentes responsables por la contratación de capital humano de las empresas públicas (Secretaria de Cultura e Turismo, Empresa de Turismo de Bahía - BAHIATURSA) y privadas (Hotel Pestana, Hotel IBEROSTAR y TAM Líneas Aéreas); y, finalmente, asociaciones privadas que representan a empresas del sector turístico (Asociación Brasileira de Agencias de Viajes -ABAV Bahía-, Asociación Brasileira de la Industria de Hoteles de Bahía -ABIH Bahía- y Cluster Costa de los Coqueiros).

Los instrumentos de recogida de datos del enfoque cualitativo se concentraron en capturar información sobre la caracterización del segmento turístico en Bahía; el mercado laboral del

segmento turístico del Polo Turístico de Salvador y su Entorno; la percepción de los actores sobre la formación profesional del licenciado en turismo y áreas afines y la percepción de los actores públicos y privados sobre la participación de las instituciones de enseñanza superior (públicas y privadas) en la inserción de los licenciados en turismo y áreas afines en el mercado laboral.

Para el grupo focal fue previsto trabajar con 12 actores del área de turismo, pero el grupo se conformó con 9 entrevistados, pues 3 personas cancelaron la reunión de la entrevista por diversos imprevistos. Su composición se distribuyó entre 2 profesionales de organismos públicos y 10 personas del sector privado (2 agentes de viajes, 1 empleado de una empresa de transporte aéreo, 1 actor de la rama hotelera y de servicios turísticos, 2 profesionales vinculados a actividades académicas y 1 empresario privado). Las entrevistas en profundidad fueron realizadas a 15 personas (2 funcionarios de turismo del sector público, 3 personas de empresas privadas de turismo, 3 representantes de instituciones del sector asociativo de turismo privado y 7 profesionales actuantes ligados a la enseñanza superior del sistema público y privado).

En lo que respecta al caso del enfoque cuantitativo, el instrumento de colecta fue un cuestionario realizado vía Internet a lo largo de 4 meses. El universo estuvo constituido por un número de 2.510 licenciados de los cursos turismo y áreas afines provenientes de 14 instituciones públicas y privadas de enseñanza superior, graduados entre los años 2000 y 2005 en el Polo Turístico de Salvador y su Entorno y la muestra estuvo compuesta por 100 licenciados. La herramienta estadística para la tabulación y el procesamiento de los datos fue el Sistema SPHINX, cuyo atributo principal es la capacidad de poder trabajar tanto con datos de corte cuantitativo como cualitativo bajo un amplio grado de flexibilidad. El grado de confianza fue de 5%, admitiéndose un error estadístico de alrededor del 10%. El análisis de los resultados se basó en técnicas de tabulación simple y cruzada y como resultado se obtuvieron respuestas en frecuencias, valores absolutos y porcentajes.

## **PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

El segmento turístico del Polo Turístico de Salvador y su Entorno adopta como producto bahiano a la cultura y a las características del destino turístico de sol y playa. En este escenario los entrevistados consideran que la actividad turística es eminentemente estacional a lo largo del año, factor que acaba determinando un estilo y contenido de enseñanza superior en turismo restringiéndola. En otras palabras, la enseñanza en turismo tiende a limitarse a formar profesionales que atiendan un mercado ya constituido que acostumbra a ser dinámico por temporadas y en baja medida estimula el emprendedorismo y la proactividad en los estudiantes. Estos dos aspectos son considerados relevantes para transformar la actividad turística en una opción de desarrollo local sustentable estable durante todo el año.

La baja capacidad de emprendedorismo y proactividad sumada al bajo nivel de inversión pública y privada en localidades marginadas con potencial turístico del Polo llevan a un gran porcentaje de

profesionales en turismo a emplearse en espacios próximos al sector turístico urbano donde se alojan cadenas hoteleras generadoras de empleo directo estacional por temporadas altas y empleo indirecto vinculado al comercio local. Eso indica que el profesional en turismo y áreas afines, cuando es poco emprendedor y proactivo, no tenga capacidad de desarrollar el turismo en otras localidades potencialmente turísticas distantes del centro del Polo lo cual conlleva a que esos profesionales acaben saturando el mercado laboral turístico (exceso de oferta de mano de obra) y empleándose en espacios laborales fuera de su área de formación.

El crecimiento del desarrollo económico causado por el movimiento turístico en el Polo Turístico de Salvador y su Entorno es un hecho indiscutible. No obstante, no puede confirmarse que la prestación de servicios en los destinos turísticos sea un factor determinante para el progreso, pues la población que habita los destinos turísticos pasa por un proceso de transformación educacional lento que dificulta desarrollar el sector turístico de forma integral. Claramente se percibe que la atención al visitante es precaria y consecuentemente deficiente. Un sentimiento presente en los entrevistados es el papel del Estado, que a través de políticas públicas en turismo articuladas con políticas de corte educacional básico y superior es imprescindible para el desarrollo local.

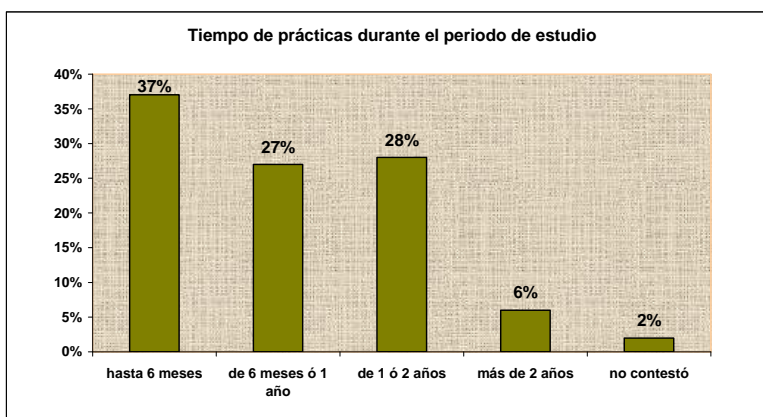
En los últimos veinte años aumentó el número de instituciones de enseñanza superior que incorporan en su currícula al turismo y áreas afines. Simultáneamente fueron abiertas instituciones con miras a una enseñanza técnica y específica para la prestación de servicios. Esos fenómenos condujeron a que los índices de desempleo de los profesionales en turismo formados entre los años 2000 y 2005 se justifiquen por la competencia generada por esa mano de obra técnica. Considerando la característica de estacionalidad de la actividad turística en el Polo, las cadenas hoteleras tienden a contratar a técnicos por ser mano de obra más barata y no a profesionales que teóricamente gozan de un bagaje de conocimientos más amplio y completo. En la experiencia de algunos entrevistados, ese panorama se torna más desfavorable para el profesional en turismo cuando el empleador percibe que el profesional contratado no cumple con las exigencias y demuestra tener atributos equivalentes a los de un técnico, debido a que la institución de enseñanza superior formó superficialmente a los estudiantes. El 37% del total de la muestra estudiada estuvo trabajando en el sector turístico, el 29% se encontraba empleado pero en otro sector del mercado laboral, un 29% estaba desempleado y el 5% optó por no responder.

La proliferación de instituciones de enseñanza técnica y consecuentemente de técnicos en el mercado acarrea dos efectos al mercado laboral turísticos. Uno, que muestra que la remuneración del profesional del área tiende a ser menor, ó sea el precio de la mano de obra, representado por el salario, cae cuando la oferta de mano de obra aumenta. Otro, que algunos cursos de enseñanza superior tienden a cerrar por la falta de demanda y la oferta de una capacitación inmediata ofrecida por los cursos técnicos. Paradójicamente, fue identificado que los propios profesionales en turismo y áreas afines transitaron por determinados cursos técnicos debido a que el aprendizaje recibido en las instituciones de enseñanza superior no fue suficiente. Un ejemplo que ilustra esa realidad son los

cursos de idiomas y los destinados a la atención al cliente justificados por la carencia de materias dentro de los cursos superiores que promuevan y prioricen prácticas laborales permanentes en escenarios reales.

Sobre el primer ejemplo se encontró que el 55% de los licenciados se sienten capaces de encarar un proceso de selección de personal en otra lengua, pero la mayoría de este porcentaje indicó que ese aprendizaje no fue impartido estrictamente por las instituciones de enseñanza superior y que el 43% no se siente capaz de pasar por un proceso de selección a causa del idioma. En la investigación realizada se encontró que del total de la muestra apenas el 37% de los profesionales realizaron prácticas preparatorias en instituciones y organizaciones públicas y privadas durante un período de hasta 6 meses, un 27% aplicaron los conocimientos aprendidos entre 6 meses y un año, el 28% entre 1 y 2 años; el 6% extendieron sus prácticas durante más de dos años. Ver el Gráfico 3.

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia, 2007

Para el 48% de todos los licenciados la experiencia en las prácticas representó su primer contacto con la realidad, mientras que para el otro 48% ya existía una experiencia previa. Casi el 50% de ellos indicó que las experiencias prácticas en escenarios reales había sido extremadamente valiosa para su formación profesional.

En el caso específico de los 27 licenciados que tuvieron la oportunidad de incorporarse al mercado laboral alguna vez, se encontró que el 82% trabajó hasta el segundo año después de su inserción y solamente el 19% de ese porcentual consiguió mantenerse en la organización o institución empleadora por dos o más años. El 66% entró y salió sin poder aspirar a un cargo superior, el 30% ascendieron de cargo lentamente y la evasión de respuesta fue del 4%.

Más de la mitad (52%) de los licenciados que transitaron alguna vez por el mercado laboral turístico adujeron que el motivo de su alejamiento del cargo fue por opción personal, el 33% no supo especificar el motivo, el 7% fue por despido y el restante 7% no contestó. Los motivos que llevan a la

interrupción de las funciones laborales en el sector turístico se atribuyen a diversos factores clasificados de la siguiente manera: remuneración incompatible con la responsabilidad del trabajo; búsqueda de oportunidades laborales y de especialización profesional en el extranjero; incompatibilidad personal con la organización; identificación con otra vocación y falta de garantías para la seguridad personal.

Una realidad que se aprecia en el Polo, en cuanto al mercado laboral en las cadenas hoteleras, es que existe una preferencia por parte de los empleadores hacia mano de obra en turismo de otras regiones o naciones, dejando claro que el profesional en turismo formado en el Polo es descalificado.

## **CONSIDERACIONES FINALES Y RECOMENDACIONES**

Los resultados de este estudio traen a la reflexión que la responsabilidad de la gestión de los cursos superiores de turismo y áreas afines es responsabilidad directa de las instituciones de enseñanza superior (universidades) y competencia del Estado. El hecho que los empleadores perciban que un individuo con conocimientos técnicos posee los mismos atributos que un profesional formado en instituciones de enseñanza superior es un indicador de la existencia de mecanismos de enseñanza frágiles, visiblemente desactualizados. Por lo tanto, se refuerza el desafío de reestructurar la currícula universitaria en forma coherente con la realidad del mercado y el contexto regional, ampliar los escenarios de enseñanza de las universidades hacia potenciales regiones turísticas alejadas de los centros aglutinadores de servicios hoteleros, facilitando, de esta manera, el acceso a la capacitación profesional y a la posibilidad de generación de empleo.

El contenido aprendido por los licenciados en los cursos de formación y educación superior en el turismo y áreas afines no se encuentra en sintonía con la realidad laboral que caracteriza al Polo Turístico de Salvador y su Entorno, llevándolos a fortalecer sus conocimientos y a desarrollar sus capacidades y aptitudes en determinados cursos técnicos, con el objeto de ser más competitivos en el mercado laboral y de tener mayores opciones de inserción efectiva en ese espacio.

Se reconoce que la existencia de un diálogo poco fluido entre los actores de turismo y la baja participación de las facultades de turismo en encuentros relacionados con el desarrollo del sector, son los aspectos que dificultan el delineamiento de verdaderas estrategias que estimulen al mercado laboral turístico.

En este escenario se recomienda que la infraestructura y la calidad comprobada de la educación superior sean fiscalizadas por parte del sector público competente, que los criterios de selección del alumnado sean cada vez más rigurosos y ajustados a las necesidades previstas del mercado, que las instituciones de enseñanza superior se retroalimenten de las experiencias laborales de sus egresados para evaluar sus mecanismos de enseñanza y plantear mejoras objetivas. Debe quedar claro que las



instituciones involucradas en la formación de los profesionales deben tomar conciencia que la educación superior en turismo no termina con la otorgación del título.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ansarah, M.** (2002) "Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: série turismo. Reflexões e cadastro das instituições educacionais do Brasil". Aleph, São Paulo
- BAHIATURSA** (2001) "O desempenho do turismo Baiano 1990-1997", Salvador
- BAHIATURSA** (1997) "Guia de ecoturismo da Bahia: Costa de los Cocoteros", Salvador
- BAHIATURSA** (1996) "Indicadores turísticos do Pólo Turístico Salvador e Entorno 1993 a 1995", Salvador
- Barretto, M; Tamanini, E; Silva, I.** (2004) "Discutindo o ensino universitário de turismo". Papyrus, Campinas
- Beni, C.** (1998) "Análise estrutural do turismo". SENAC, São Paulo
- Buckley, R; Caple, J.** (1991) "La formación. Teoría y práctica. Ediciones Díaz de Santos, Madrid
- Chirivella Caballero, M.** (1997) "Responde a formação às demandas atuais de qualidade? XVII ENBETUR – Encontro nacional de diplomados e estudantes de turismo Salvador – Bahía
- Catramby, T; Da Costa, S.** (2005) "Estudo de caso sobre a capacitação docente na área de turismo no Estado do Rio de Janeiro". Caderno Virtual de Turismo 16: 21 – 38
- Dencker, Ada de F. M.** (2002) "Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior: uma experiência no curso de turismo". Aleph, São Paulo
- Ducceschi, M.** (1972) "Técnicas modernas de dirección de personal". Ibérico Europea de Ediciones, Bilbao
- Fayos - Solá, E.** (1996) "Educación y formación en la nueva era del turismo: la visión de la OMT. In: El Capital Humano en la Industria Turística del Siglo XXI. OMT, Madrid
- Fayos - Solá, E.** (1995) "El turismo del siglo XXI". Conferencia Mundial de Turismo Sostenible Lanzarote
- Francés, A.** (2003) "Turismo: competitividad y estrategia. Planes de destinos turísticos con el cuadro de mando integral". IESA, Caracas
- Gil, A.** (1999) "Métodos e técnicas de pesquisa social: pesquisa social. Atlas, São Paulo
- Governo do Estado da Bahia** (2001) Século XXI. Consolidação do turismo. Estratégia, Bahía
- Kaufmann, A.** (1996) "Organización hotelera: Innovación y formación - Guía práctica de recursos humanos". Ciencias de la Dirección S.A. Madrid
- Kjell, N; Ridderstrale, J.** (2000). "El talento del nuevo capital - Funky Bussines". Disponible en <[http://html.rincondelvago.com/funky-bussines\\_el-talento-del-nuevo-capital\\_kjell-nordstrom-y-jonas-ridderstrale.html](http://html.rincondelvago.com/funky-bussines_el-talento-del-nuevo-capital_kjell-nordstrom-y-jonas-ridderstrale.html)>. Visitado el 09/03/03
- Lage, B; Milone, P.C.** (1999) "Fundamentos do turismo". Pioneira, São Paulo
- Lage, B; Milone, P.C.** (2000) "A importância da educação para o turismo. In Lage, B.; Milone, P. (org) Turismo, Teoria e Prática. Atlas, São Paulo, pp. 165 - 170

- Mendonça, J.** (2003) "Marketing & competitividade no turismo da Bahia". In Secretaria da Cultura e Turismo, Coleção Selo de Ouro, Salvador
- MTUR – Ministério do Turismo** (2003) "Plano nacional do turismo. Diretrizes, metas e programas. 2003-2007". Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial do Turismo. Brasília
- OMT - Organización Mundial de Turismo** (1998) "Las Américas: tendencias de mercado". Madrid
- OMT - Organización Mundial de Turismo** (1997) "El capital humano en la industria turística del siglo XXI". Madrid
- OMT - Organización Mundial de Turismo** (1997) "Una metodología para la calidad en educación y formación turísticas". TEDQUAL-OMT, Madrid
- OMT - Organización Mundial de Turismo** (1995) "Educando educadores en turismo". Madrid
- Queiroz, L.** (1995) "O turismo baiano no real e na competitividade internacional". Análise & Dados, Salvador
- Ramírez, B; Benito, E.** (2000) "Desarrollo local. Manual de uso". ESIC, Madrid
- Rebelo, S. M.** (1999) "Plano municipal de educação turística: um modelo para os municípios brasileiros de potencial turístico". Turismo - Visão e Ação 2(5): 91-98
- Schlüter, R; Winter, G.** (2003) "Turismo: Una perspectiva empresarial". CIET, Buenos Aires
- SEBRAE** (1999) "Costa dos Coqueiros – Programa de Desenvolvimento de Pequenos Negócios" Bahia
- Secretaria da Cultura e Turismo** (2006) "Estratégia turística de Bahia", Salvador
- Secretaria da Cultura e Turismo** (1995) "Programa de desenvolvimento turístico da Bahia – PRODETUR/BA", Salvador
- SUDETUR** (2001) "Relatório PRODETUR II: Estratégia Turística e Plano de Ação". SCT/Governo da Bahia, Salvador
- Teixeira, R. M.** (2002) "Ensino superior em turismo e hotelaria: Análise comparativa dos cursos de graduação no Brasil e no Reino Unido". In Shigunov Neto, A.; Maciel, L. S. B. (orgs.), "Currículo e formação profissional nos cursos de turismo". Papirus, Campinas
- Trigo, L.** (2000) "A sociedade pós-industrial e o profissional de turismo". Papirus, Campinas
- Umaña, E.** (2007) "Prácticas organizacionales y técnicas de entrevista en la gestión del potencial humano". EUNED, San José
- UNESCO** (1998) "Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI". Conferencia Mundial sobre la Educación Superior: Visión y acción
- Vergara, S. C.** (1990) "Tipo de pesquisa". Cadernos EBAP, FGB, Rio de Janeiro, n.52, jun./1990
- Wilson, T.** (1986) "Qualitative versus quantitative methods in social research". BMS Bulletin de Methodologie Sociologique, 10(abril): .25-51
- Yin, R. K.** (2001) "Estudo de caso: planejamento e métodos". Bookman, Porto Alegre

Recibido el 17 de mayo de 2010

Correcciones recibidas el 12 de agosto de 2010

Aceptado el 20 de agosto de 2010

Arbitrado anónimamente