

OCIO Y TURISMO: DEBER SOCIAL Y MERCADO LABORAL CON FUTURO

*Inmaculada Bernal/Gisela Siebert**

Escuela Universitaria de Turismo de Murcia

RESUMEN

De forma general, la expansión del Mercado del Ocio y del Tiempo Libre debe ser analizada no solamente en relación al aumento del bienestar y al crecimiento del tiempo libre, sino también a las exigencias de la formación del futuro profesional en turismo. El presente artículo trata de mostrar cómo se reacciona en Francia y en Alemania a dichas exigencias dentro de los planes de estudios y a informar de las nuevas carreras turísticas. A continuación estos cambios cualitativos dentro de la enseñanza profesional turística serán analizados a través de programaciones representativas de los dos países arriba mencionados.

Palabras clave: Formación turística, futuro profesional, especialización, programación, plan de estudios, B.T.S. turístico (Diploma Técnico Superior).

RÉSUMÉ

D'une forme générale, le développement du Marché de Loisirs et de temps libre doit être analysé non seulement par rapport à l'augmentation du bien-être et à l'accroissement des loisirs. Cet article prétend montrer comment réagit-on en France et en Allemagne à ces exigences dans les plans d'études et informer de nouvelles études touristiques. Ces changements qualitatifs, dans l'enseignement professionnel touristique seront analysés à travers des programmations représentatives des deux pays ci-dessus mentionnés.

Mots clefs: Formation touristique, futur professionnel, spécialisation, programmation plan d'études, BTS (Brévet Technicien Supérieur de Tourisme).

Fecha de Recepción: 6 de mayo de 1998.

* Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, Paseo del Malecón nº 5, 30004 MURCIA (España).

I. INTRODUCCIÓN GENERAL

El incremento del tiempo libre influye y cambia el comportamiento de nuestra sociedad: mientras en 1960 la media de la jornada laboral por año ascendió a 2.100 horas, en 1980 eran 1.700 horas y en el año 2.000 serán, probablemente, 1.500 horas. Hasta el final del siglo, con ligeras variaciones coyunturales temporales, crecerá el mercado del ocio y de las vacaciones.

De forma general, la expansión del mercado del ocio y tiempo libre debe ser analizada no solamente en relación al aumento del bienestar y al crecimiento del tiempo libre, sino también a los cambios en la estructura demográfica y al claramente perceptible cambio social de valores. Así, además del aumento cuantitativo de la necesidad de información y, mas allá, de formación de los turistas, crece también cualitativamente la conciencia para las cuestiones relacionados con el turismo. Esto es, el turista es hoy más experto, más crítico y más consciente de los derechos que le ofrecen tanto la ley como la jurisprudencia.

Siempre es difícil para cualquier materia docente especializada crear un plan de estudios capaz, desde el principio, de recoger todos los puntos teórico-prácticos que moderen y formen al alumno como futuro profesional, útil para la sociedad real y es sabido por todos que, en muchas ocasiones, no se obtienen los resultados esperados. A veces son las disposiciones legales las que imponen, con carácter negligente e ilógico, las directrices académicas del individuo, otras son simples incongruencias del propio planteamiento de estudios y otras, en el mejor de los casos, debido a la propia complejidad del ámbito que se desea estudiar; pero dejando al margen problemáticas que no tienen nada que ver con la esencia misma de una programación y sin querer caer en la utopía de una programación de estudios irrealizable y poco adaptada al mundo real aparecen *Los Estudios Universitarios turísticos* en España.

Efectivamente, la industria turística, arte de satisfacer las aspiraciones más diversas que incitan al hombre a desplazarse fuera de su universo cotidiano, se ha transformado en un producto de consumo corriente, de tipo vital: ya no es sólo un accesorio o un privilegio sino una necesidad y por tanto un campo social que hay que consolidar y estudiar para su desarrollo progresivo, un campo universal susceptible de investigación. Es un dominio donde fluctúan varios y muy diferentes campos del ser humano, que no se pueden generalizar ni especificar, ni mezclar unos con otros.

Ante esta maquinaria tan compleja, sin duda, se impone un tipo de profesional capaz de dirigirla, capaz de hacer converger sueños y realidades, en definitiva, un generalista que posea una vasta cultura y un especialista que haya adquirido una tecnicidad y una policompetencia que le sirva para ejercer en organismos muy diversificados de los sectores transporte, turismo y ocio. El éxito del ejercicio de las funciones de este profesional implica que haya desarrollado particularmente su capacidad de comunicación y de negociación, que sea organizado, que tenga una gran tendencia a las iniciativas de cualquier tipo y un enorme sentido de la responsabilidad a fin de dirigir mejor sus actividades.

En este sentido, no estaría de más buscar, recabar datos y enriquecer nuestros estudios profesionales turísticos en España con los de otros países que, por importancia en turismo o por expansión económica hayan contribuido al progreso de este ámbito social, señalado

como de gran importancia... y sin ir mucho más allá de nuestras fronteras, podríamos aludir a nuestra vecina Francia.

II. ESTUDIOS TURÍSTICOS EN FRANCIA

II.1. Introducción

A nivel europeo, la mayoría de los estudios de tipo tecnológico y profesional tras el bachillerato son de tres años. Sin embargo, en Francia, estos estudios se realizan en un periodo de dos. «¿Por qué esta dimensión de dos años en Francia?» —Señala M. Bernard Dumortier¹.» Está claro —continúa M. Dumortier— que si nuestro B.T.S. tecnológico se hiciera en tres años, supondría una competencia y una rivalidad peligrosa para la Facultad». Y efectivamente, es de suma importancia, canalizar «el tráfico profesional», previniendo, llegado el caso, competencias absurdas, que sólo desembocarían en un caos laboral.

II.2. B.T.S. turístico (Diploma Tecnológico Superior)

El B.T.S. turístico (Diploma Tecnológico Superior) tiene un año de tronco común y un año de especialización.

Dicha especialización se centra en dos campos:

- Concepción y Comercialización
- Ámbito de animación y recepción de turistas

Con tendencia a complementarse las dos opciones para el futuro. Actualmente ya empieza a hacerse billetería en el ámbito de animación-recepción y se empieza a pedir a los estudiantes de Concepción y comercialización una cultura general importante. En la perspectiva del futuro —afirma M. Dumortier— es una obligación para nosotros formar profesionales que sean polivalentes e intercambiables.

Sin embargo, los empresarios y profesionales franceses lamentan que el BTS no esté suficientemente profesionalizado, que no haya todavía suficientes prácticas que permitan integrarse a los estudiantes en las estructuras profesionales del sector.

En el BTS de turismo, las prácticas, de carácter obligatorio, se reparten de la siguiente forma:

- Quince días de práctica en un establecimiento empresarial que servirá al alumno a su descubrimiento;
- Quince días de prácticas en el mundo de la billetería.

Posteriormente, se necesitan seis semanas de prácticas en la misma empresa, en la especialidad de la opción del segundo año.

A pesar de todo, esto no es suficiente para que los jóvenes puedan entrar completamente en la dinámica de empleo. Por otra parte, las exigencias de los empresarios no caminan forzosamente hacia el saber-hacer del estudiante sino hacia el comportamiento

1 Director de la Escuela de Turismo Jeanne d'Arc de la Región del Norte, quien fue entrevistado por la autora.

de los individuos y a su adaptación a la comunicación, a una estructura de equipo y lo que más falta aparentemente es ese aspecto cultural. «Los jóvenes futuros profesionales —apunta Dumortier— deben saber comunicarse y poder situarse, pues los empresarios son bastante exigentes: Primero porque hay mucha gente en el mercado y además prefieren, en muchos casos, mantener en sus empresas alumnos en prácticas, que no son remunerados, en lugar de contratar a un joven diplomado (al cual deberán pagar) incluso si este joven es competente».

II.2.1. Contenidos Académicos del BTS

En cuanto a los contenidos académicos del BTS turismo, podemos repartir dichas disciplinas en tres bloques:

Bloque de letras

En el cual es de vital importancia y con carácter obligatorio la lengua francesa. Los alumnos deben aprender a expresarse correctamente escribiendo y hablando en su lengua materna. «Por otra parte —insiste Dumortier— los cursos de francés son una preparación del examen final (que deben pasar al final de sus estudios) que consiste en una síntesis o un resumen de texto. Los alumnos aprenden también a confeccionar trabajos o compilaciones de textos publicitarios o, por ejemplo, de revistas turísticas especializadas».

Por otro lado, hay en el BTS dos lenguas extranjeras que se deben dominar al mismo nivel: El inglés como obligatoria y la elección entre alemán o español, con posibilidad de una tercera lengua facultativa.

«Yo creo, —comenta Dumortier— en las lenguas orientales, pues los asiáticos deben ser considerados como clientes potenciales. Es necesario, para poder recibirlos bien, conocer sus costumbres culturales y conocer un poco su lengua.»

También es de suma importancia la Historia y la Geografía aplicada al Turismo con un programa muy basto: El mundo. Este programa es abordado a examen de manera temática; un buen modelo de examen: Los cruceros musicales; esto supone que el estudiante debe adiestrarse en el campo de los cruceros, de la música y por supuesto, en el terreno de la geografía.

Bloque-Gestión

Hay un segundo bloque al cual pertenece todo lo que significa gestión. Este segundo macrocampo engloba todo el aprendizaje tecnista de la formación del alumno:

- Conocimiento de las estructuras turísticas
- Las técnicas de mercado
- Economía general
- Derecho
- Economía turística
- Gestión y contabilidad analítica
- Gestión y venta
- Informática ligada a la gestión. Manejo del tratamiento de texto.

Bloque profesional

El tercer bloque sería básicamente profesional. No hay que olvidar que Francia es un país muy bien estructurado desde el punto de vista turístico: Hay un Ministerio de Turismo, «La Maison de France», Organismo que se encarga primordialmente de la promoción en el extranjero del turismo francés, Comités y oficinas de turismo, «Les Gîtes de France» para el desarrollo y organización del turismo verde, etc... Es pues, de gran importancia aprender a conocer este medio y aprender también a desarrollarlo de manera que las disciplinas de historia del Arte y de geografía como conocimiento del medio son esenciales.

Otros aspectos importantes dentro de este bloque son «La comunicación en negociación», La Billetería. La Escuela trabaja con el sistema informático AMADEUS, el cual ayuda a los alumnos a hacer billetes de tren, avión, a hacer reservas etc..., y la Concepción-metodología, útil que permite saber confeccionar y calcular un paquete turístico.

Durante el segundo año lo que cambia es la opción: En la Opción Concepción-Comercialización, se concentran las materias de venta y producción, mientras que en la opción Animación la mayor importancia recae en el arte y en la animación, como descubrimiento de las riquezas de las veintiuna regiones francesas y del resto de Europa de manera que cuando se reciba a un grupo turístico se sea capaz de «animarlo» a través de sus conocimientos y por su saber-hacer.

III. ALEMANIA

III.1. Introducción

La industria alemana del ocio se ha adaptado a este desarrollo y sus servicios buscan satisfacer esta exigencia de calidad que sólo puede ser asegurada por personas que disponen de la formación adecuada. Además, más del 65% de los ciudadanos alemanes mayores de 14 años hacen, por lo menos, un viaje turístico al año. Los alemanes se gastan al año en viajes turísticos y laborales al extranjero más de 70 millones de marcos. Esto representa, aproximadamente, la quinta parte de los gastos mundiales en divisas turísticas. Así, los alemanes pueden ser considerados los «campeones del mundo en viajar». Por otra parte, la industria alemana de ocio y viajes ofrece hoy alrededor de 1,5 millones de puestos de trabajo en sus más diferentes sectores. De este modo, los diferentes servicios del sector turístico serían impensables sin una oferta de formación, que incluye todos los niveles:

- La formación en la profesión *Reiseverkehrskaufmann* (comerciante de turismo) y de *Hotelkaufmann* (comerciante de hostelería) en empresas y escuelas de formación profesional;
- Cursos de perfeccionamiento de dichos comerciantes en academias profesionales y especiales;
- La carrera de «*Diplom-Betriebswirt*» (diplomado en economía de empresas) que se cursa en Escuelas Superiores y Universidades (*Fachhochschulen*).

Si ya ninguna empresa de la industria en general puede prescindir de los diplomados en economía de empresas, también el sector turístico reconoce la necesidad de encargar

los deberes empresariales a expertos. Así, crece la demanda de diplomados y licenciados en todos los sectores de la economía turística.

Esta variedad de la formación turística en Alemania va a ser analizada a continuación a través de dos ejemplos: el aprendizaje de *Reiseverkehrskaufmann* (comerciante de turismo) y la carrera de «*Diplom-Betriebswirt*» con la especialidad de «turismo».

III.2. El aprendizaje del *Reiseverkehrskaufmann* (comercial de turismo)

La profesión de comercial de turismo está reconocida en la ley sobre la formación profesional.

El aprendizaje de tres años se realiza en las empresas y en las escuelas de formación profesional.

El estudiante puede elegir entre dos especializaciones:

La preparación y organización de viajes

El turismo y los balnearios

III.2.1. Contenidos y requisitos académicos transcurso del aprendizaje

A continuación, se exponen sistemáticamente los contenidos y exigencias de la formación en *Reiseverkehrskaufmann* (comercial de turismo).

1^{er} año: Despachar la entrada y salida de la correspondencia; diferentes tareas de empresas turísticas e instalaciones de balnearios; conocimientos sobre zonas turísticas importantes nacionales e internacionales, por ejemplo, clima y política, etc.; asesoramiento al cliente.

2^o año: Las categorías y los precios en la hostelería; empresas de servicios de transporte; redactar entradas en caja y cartas de aviso; posibilidades de transporte de equipaje que existen en los diferentes medios de viajar; elaboración y venta de «forfaits»; reglamentos y ordenanzas fiscales sobre el turismo; venta de entradas;

Tras estos dos primeros años se realiza un Examen final que, caso de ser superado, permite cursar el tercer y último año.

3^{er} año: Contratación de servicios de empresas de transporte y alojamiento, cálculo del importe de servicios realizados; gestión de conexiones de transporte para viajes; expedición de billetes y reservas; ajuste de prescripciones médicas para clientes de balneario con el horario del balneario; planificación de congresos y otros actos públicos.

Tras cursar estos tres años y para la obtención del Título, el estudiante debe realizar un examen final ante la Cámara de comercio (*Industrie- und Handelskammer*).

III.2.2. Ejercicio profesional

El comercial de turismo (*Reiseverkehrskaufmann*) desempeña su labor profesional en agencias de viajes, en operadores turísticos, en la administración de balnearios o sanatorios y en oficinas de turismo.

Las tareas del Reiseverkehrskaufmann son:

Informar y aconsejar al cliente; gestionar y planear «forfaits» y viajes individuales o en grupos; organizar billetes de viajes, coches de alquiler, entradas,...; compra de servicios turísticos —por ejemplo: fletar aviones o trenes especiales— planificación y realización de diferentes actos públicos, tareas administrativas para las reservas de viajes, redactar facturas, atender al cliente, tramitar reclamaciones.

El Reiseverkehrskaufmann tiene que tratar a:

En el desempeño de su actividad el comercial de turismo se relaciona aparte de sus compañeros y superiores, con empresarios, directores de balnearios, clientes, guías turísticos, intérpretes, empleados de empresas turísticas, hoteles, oficinas de turismo y agencias de alquiler de coches, y, por fin, con programadores de teatro, congresos y conferencias.

Posibilidades de perfeccionamiento y especialización

Las distintas instituciones públicas y privadas organizan cursos y seminarios de perfeccionamiento y especialización sobre los más diversos temas. Así, sobre planificación eficaz de turismo urbano, trabajo de prensa en el turismo, contabilidad y proceso de datos de agencias de viajes, marketing, diseño de medios publicitarios en el turismo.

Formación para el ascenso (después de la práctica profesional correspondiente)

Los estudios para comercial de turismo permiten, además, después de cursos correspondientes obtener otras titulaciones como la de economista de empresas turísticas y la de comercial especializado para economía exterior o marketing.

III.3. La carrera de Turismo en la *Fachhochschule de Kempten-Neu-Ulm* (Escuela Superior)

III.3.1. La diplomatura en turismo se configura como especialización dentro de los estudios de Economía de Empresas. Su obtención ofrece muchas posibilidades de trabajar en la alta dirección de empresas en general, pero, los conocimientos cualificados en el sector turístico permiten su contratación preferente en empresas, tanto alemanas como extranjeras, turísticas y hosteleras. La actividad profesional del diplomado en turismo se desarrolla en las áreas siguientes:

- Operadores turísticos y agencias de viajes
- Empresas de transporte y tráfico
- RENFE, por ejemplo viajes para la tercera edad o para jóvenes, rutas urbanas
- Congresos y ferias
- Balnearios y sanatorios
- Empresas de alojamiento y hostelería

- Institutos de marketing para el turismo, oficinas de turismo municipales, jefaturas de distrito
- Asociaciones y Federaciones turísticas
- Centros de ocio y vacaciones
- Conservación de paisaje y medioambiente

De este modo, los graduados que obtienen el grado académico de «*Diplom-Betriebswirt*» son formados de modo integral para fomentar la alta dirección en el turismo y la hostelería. Después de un tiempo de iniciación profesional mediante prácticas, los graduados son capaces de desarrollar trabajos de dirección o ejercer una profesión liberal. Corresponde, además, a sus tareas profesionales la facultad de aplicar sus conocimientos científicos para la solución de problemas prácticos a todas las funciones económicas y administrativas. Más allá, se les exige la predisposición para desempeñar un papel directivo en la alta dirección de la empresa, así como también la madurez y seguridad necesarias para tomar decisiones con responsabilidad.

III.3.2. Contenidos y requisitos de la carrera

El transcurso de la carrera es regulado por el plan de estudios. La interdependencia de teoría y práctica elemento significativo para la formación está garantizada por dos semestres prácticos integrados en la carrera.

		1 ^{er} semestre 2 ^o semestre	Asignaturas básicas Asignaturas básicas
1 ^a parte: examen previo			
I I estudios básicos I (primer ciclo) I		3 ^{er} semestre 4 ^o semestre	Profundización y ampliación de asignaturas básicas 1 ^{er} semestre práctico en la empresa (20 semanas)
2 ^a parte: examen previo			
I I I Estudios principales I (segundo ciclo) I I II I I examen final I	I I I I tesina I I I	5 ^o semestre 6 ^o semestre 7 ^o semestre 8 ^o semestre	Profundización y ampliación de asignaturas básicas y optativas 2 ^o semestre práctico en la empresa (20 semanas) Asignaturas de profundización y fin de las asignaturas obligatorias centrales Asignaturas de especialización y fin de las asignaturas obligatorias centrales

III.3.3. Estudios básicos (primer ciclo)

Los primeros dos semestres sirven para la formación en las asignaturas básicas de la economía de empresas y en las asignaturas de ciencias generales. El tercer semestre comprende un semestre de prácticas que se realiza bajo asesoramiento de la Escuela Superior en empresas adecuadas y servicios de la industria, economía, administración, departamentos o instalaciones sociales fuera de la Escuela Superior.

III.3.4. Estudios principales (segundo ciclo)

El segundo ciclo empieza primero con otro semestre teórico que comprende la profundización y ampliación de los fundamentos como también más asignaturas obligatorias. El sexto semestre sirve de nuevo para la obtención de experiencias prácticas en una empresa fuera de la Escuela Superior. El séptimo y octavo semestre incluyen, aparte de las asignaturas obligatorias, sobre todo asignaturas de especialización seleccionadas.

III.3.5. Las prácticas

Primer semestre de prácticas

El primer semestre de prácticas sirve para transmitir al estudiante, que no suele tener experiencias profesionales, conocimientos básicos de la economía de empresas y de la administración en diferentes sectores y funciones del turismo, sobre todo, en los siguientes:

- Alta dirección en el turismo
- Márketing en el turismo
- Contabilidad y balances
- Dirección de personal

Por ello, la formación tiene lugar en operadores turísticos, agencias de viajes, oficinas de turismo locales y empresas de hostelería. La ocupación tiene una duración obligatoria de 20 semanas. El alumno se puede liberar del primer semestre práctico si puede demostrar una formación profesional o, por lo menos, una ocupación de 24 meses en el sector turístico.

Segundo semestre de prácticas

El segundo semestre de prácticas tiene lugar durante el sexto semestre de la carrera, esto es, cuando el alumno ya dispone de unos conocimientos avanzados para su futura profesión. Conforme a éstas debería ejercer en su empresa labores de una cualificación más alta y, preferentemente, colaborar en proyectos colectivos o realizar proyectos más de forma independiente.

Campos laborales que entran en consideración:

- Planificación y organización de proyectos
- Cálculo de planificación

- El derecho en el turismo
- Hacer balances
- Proceso de datos en el turismo
- Márketing internacional, «*Public Relations*»

Además de para la formación profesional, el segundo semestre de prácticas sirve para dar una idea al estudiante de los futuros campos profesionales y facilitarle la elección de la especialidad.

El abono de una actividad profesional anterior al segundo semestre de prácticas es posible cuando el alumno haya trabajado después de su formación profesional por lo menos un año en la alta dirección. A pesar de ello tendrá que hacer el examen al final del segundo semestre de prácticas.

Posibilidades de especialización en la carrera de «turismo»

El estudiante que ha terminado el segundo semestre de prácticas puede elegir para su séptimo y octavo semestre entre dos especialidades:

- Turismo
- Hostelería

Las asignaturas de especialización exigen 12 horas semanales. Además, el estudiante tiene otras 20 horas semanales de asignaturas obligatorias. La elección de una especialización no determina de este modo una especialización fuerte en un sector y tampoco una determinación profesional prematura.

Por lo demás, la tesina subsiguiente ofrece otra posibilidad de conseguir conocimientos profundos en una determinada especialidad.

III.3.6. Cuadro de asignaturas y horario de la carrera de «turismo»

Estudios básicos (primer ciclo)

Semestre 1-4

Materia

horas por semana

Asignaturas obligatorias

Fundamentos de economía de empresa	6
Economía financiera y de inversiones	4
Márketing	8
Dirección de personal	6
Organización	4
Proceso de datos	8
Contabilidad y balances	4
Cálculo de costes y productividad	6
Matemáticas aplicadas a la economía	6
Estadística de la empresa	8
Impuestos	2
Fundamentos de la economía nacional.	6
Derecho privado económico	8

Inglés comercial 8

Asignaturas optativas

Francés o español 6

Asignatura optativa de ciencias generales 2

Seminarios complementarios a las prácticas

Seminario práctico 2

Proceso de producción en la empresa y la administración .. 2

Flujo de información y datos en la empresa y la administración 2

Estudios principales (segundo ciclo)

Semestres 5-8

Materia

horas por semana

Asignaturas obligatorias

Economía de empresas 6

Impuestos 8

Economía nacional y política de la economía nacional..... 2

Economía financiera y de inversiones 4

Cálculo de costes y productividad 4

La economía de empresas en el turismo 4

La contabilidad en el turismo 2

El proceso de datos en el turismo 4

El derecho en el turismo 4

El marketing en el turismo 4

Economía especial de empresas en el turismo:

— balnearios y sanatorios 2

— congresos, ferias y conferencias 2

— marketing internacional 2

Idiomas en el turismo:

— Inglés 6

— Francés o español 6

Guía para el trabajo autónomo (tesina) 4

Asignaturas optativas

Asignatura optativa de ciencias generales 2

Seminarios complementarios a las prácticas

Seminario práctico 2

Tratamiento de casos reales 4

Especialización

Semestre 7-8

Turismo

Alta dirección y marketing en el turismo	6
Conservación del paisaje y medioambiente	2
Seminario para turismo	4

Hostelería

Alta dirección y marketing para la hostelería	6
«Food- and Beveragemanagement»	2
Seminario para hostelería	4

CONCLUSIONES

Como se ha podido ver en la exposición de las programaciones, la formación turística se encuentra en un camino paralelo al desarrollo del mercado turístico, el cual requiere en un futuro cada vez más especialización de los profesionales, esto es, la creación de nuevas carreras universitarias para crear un nivel cualitativo y científico en las diversas materias turísticas.

Sin embargo, no debemos olvidar que también se necesitan generalistas que sepan conectar en todo momento con otros campos específicos, que pueden creerse como impropios, como pueden ser la ecología, urbanismo, nutrición, deporte, etc... y saber organizar a los especialistas de estos campos.

Ante esta necesidad de dos profesionales (generalistas-especialistas), la formación actual existente parece un tanto indecisa a la hora de formar, es decir, que en el futuro se deberían crear dos vertientes que lleven al alumno hacia la organización turística general o a un sector especializado.

Alejándonos de las exigencias de la formación turística, debemos tener en cuenta que el éxito profesional de estos estudios no sólo depende de los conocimientos profesionales adquiridos durante dicha formación sino, en gran parte, de la disposición personal. Es decir, se necesitan estudiantes capaces de aprender pero igualmente interesados, curiosos,... pues siempre hay una parte de búsqueda personal indispensable a la cual no siempre los estudiantes están dispuestos. Los dinámicos y móviles encuentran fácilmente trabajo, aunque desgraciadamente hoy se presta demasiada atención a los diplomas en detrimento de la personalidad de los individuos.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- [HTTP://schnecke.rz.fh-muenchen.de/home/fb/fb10/tourismus/D_studium.html](http://schnecke.rz.fh-muenchen.de/home/fb/fb10/tourismus/D_studium.html)
[HTTP://www.htw-kempton.de/Fbawbw/Tourismus/beruf.htm](http://www.htw-kempton.de/Fbawbw/Tourismus/beruf.htm)
[HTTP://www.htw-kempton.de/studto.html](http://www.htw-kempton.de/studto.html)
[HTTP://www.arbeitsamt.de/HST/BERATUNG/INDEX7.HTM](http://www.arbeitsamt.de/HST/BERATUNG/INDEX7.HTM)