



La formación turística en España: evolución y oferta universitaria actual

A formação turística na Espanha: evolução e oferta universitária atual

Tourism education in Spain: university evolution and current offer

Noelia Araújo Vila <naraujo@uvigo.es >

Profesora invitada e investigadora del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Vigo (UVIGO), Vigo, Pontevedra, España.

José Antonio Fraiz Brea <jafraiz@uvigo.es >

Profesor Titular del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Vigo (UVIGO), Vigo, Pontevedra, España.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 13-nov-2012

Aceite: 23-ago-2013

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

VILA, N. A.; BREA, J. A. F. La formación turística en España: evolución y oferta universitaria actual. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 3., p.289-307, dez 2013.

REALIZAÇÃO

ivt Instituto
Virtual de
Turismo
www.ivt-rj.net

LTDS
Laboratório de Tecnologia e
Desenvolvimento Social

APOIO INSTITUCIONAL

PEP
Programa de Engenharia de Produção

COPPE
UFRJ

PATROCÍNIO

FAPERJ
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

Resumo: A formação em turismo é chave para este setor, colaborando, assim, para a contratação de pessoal qualificado e adequado para os postos de trabalho, ou permitindo incrementar as aptidões e atitudes dos que já fazem parte deste mercado laboral. Até princípios do século XXI, o intrusismo laboral nesta indústria era algo habitual, apesar de que era percebido de modo negativo pelo consumidor, o turista. Causa disso era em grande parte a escassa oferta formativa neste âmbito, situação que nos últimos anos evoluiu de modo notável, se incrementando o número de titulações turísticas universitárias a nível nacional. O presente artigo analisa precisamente qual foi a evolução da formação turística em Espanha, partindo da necessidade da mesma como parte da gestão do talento e a sua vinculação com a obtenção de resultados exitosos por parte de uma empresa ou organização. Finalmente, realiza-se uma investigação qualitativa da oferta universitária em turismo através de uma análise de conteúdo das páginas sites das universidades espanholas.

Palavras-chave: Turismo; Talento; Recursos humanos; Formação; Universidade; Espanha.

Abstract: The tourism training is key for this sector, turning it possible to hire qualified people and adapted for the places of work to exert or allowing increase the skills and attitudes of which already form part of this labor market. Until principles of the 21st century, the encroachment work this industry was something usual, although it was perceived of negative way by the consumer, the tourist. Cause of this was largely the scarce formative offer in this field, situation that in the last years has evolved of remarkable way, increasing the number of university tourist degrees to national level. The present paper analyses precisely which has been the evolution of the tourist training in Spain, splitting of the need of the same like part of the management of the talent and his links with the obtaining of successful results by part of a company or organization. Finally, it realizes a qualitative investigation of the university offer in tourism through an analysis of content of websites of the Spanish universities.

Keywords: Tourism; Talent; Human resources; Training; University; Spain.

Resumen: La formación en turismo es clave para este sector, pudiendo contratar así a personal cualificado y adecuado para los puestos de trabajo a desempeñar o permitiendo incrementar las aptitudes y actitudes de los que ya forman parte de este mercado laboral. Hasta principios del siglo XXI, el intrusismo laboral en esta industria era algo habitual, a pesar de que era percibido de modo negativo por el consumidor, el turista. Causa de ello era en gran parte la escasa oferta formativa en este ámbito, situación que en los últimos años ha evolucionado de modo notable, incrementándose el número de titulaciones turísticas universitarias a nivel nacional. El presente artículo analiza precisamente cuál ha sido la evolución de la formación turística en España, partiendo de la necesidad de la misma como parte de la gestión del talento y su vinculación con la obtención de resultados exitosos por parte de una empresa u organización. Finalmente, se realiza una investigación cualitativa de la oferta universitaria en turismo através de un análisis de contenido de las páginas webs de las universidades españolas.

Palabras clave: Turismo; Talento; Recursos humanos; Formación; Universidad; España.

Introducción: gestión del talento y formación

La gestión del talento surge como un nuevo enfoque dentro del campo de los Recursos Humanos, fruto de la adaptación a los actuales entornos cambiantes, en los que el hasta ahora llamado capital humano era una pieza clave en el éxito de una organización.

El término gestión del talento ha tomado especial interés, tanto en el mundo académico como en la práctica, desde que fue acuñado por un grupo de consultores de McKinsey en la frase “La Guerra por el Talento” (The War for Talent). A raíz de ello este término ha pasado a tener un importante papel en la estrategia de RRHH de cualquier organismo para conseguir un desarrollo competitivo.

La importancia de las personas en las organizaciones y el saber gestionar su talento, no es una corriente que acabe de aparecer, sino que con otras nomenclaturas fue evolucionando hasta la innegable importancia que representa hoy en día. Ya en el siglo pasado se hablaba de la importancia del componente humano, concepto que diversos especialistas fueron discutiendo hasta llegar a coincidir en la afirmación de que los hombres son un factor decisivo en el éxito de una organización. A partir de ahí, esta corriente tomó fuerza y tras diversas etapas pasó de llamarse Recursos Humanos a Capital Humano y ya desde los años 1990 “Talento Humano”.

En el mercado actual que vivimos, cambiante, turbulento y competitivo, la supervivencia de las empresas resulta cada vez más difícil, de ahí que éstas busquen valores añadidos que las diferencien de la competencia. En esta búsqueda destaca el factor humano, recurso que no resulta igual de sustituible que otros recursos de la empresa como pueden ser su maquinaria. En las personas que forman una empresa radica la clave de su gestión, y de ello deriva su éxito.

Tras este auge y énfasis del término, la primera pregunta que se plantea, es ¿qué se entiende por gestión del talento?, a la cual se responde “las actividades y procesos que participan en la identificación de las potenciales posiciones clave que contribuyen al desarrollo sostenible y competitivo de una organización” (COLLINGS; MELLAHI, 2009). Matizar que cuando se habla de puestos clave, no se está haciendo referencia sólo a altos puestos directivos, sino a cualquier puesto de la organización, en diferentes niveles, cuya existencia y funcionamiento influye considerablemente en el logro de éxito por parte del organismo.

Dentro de la gestión del talento, se puede hablar de tres corrientes (LEWIS; HECKMAN, 2006):

- Los que relacionan la gestión del talento con la gestión de RRHH, por lo que al hablar de gestión de talento estaríamos hablando de reclutamiento y selección o planes de sucesión.
- Los que definen la gestión del talento como la carrera profesional, necesidades de personal o gestión del progreso de los trabajadores.
- Y como tercer enfoque, los que opinan que todos los puestos de una organización deberían ser cubiertos con lo que denominan “empleados tipo A” o empleados esenciales y por el contrario dejar fuera de la organización a los empleados mediocres o “tipo C”. Ya que si conviviesen en una organización todo tipo de empleados, sería difícil distinguir gestión del talento de la convencional gestión de RRHH.

Además de estos tres enfoques, Collings y Mellahi (2009) introducen un cuarto: el identificar los puestos clave con potencial para influir en el desarrollo competitivo de una empresa, enfoque que precisamente coincide con la definición que ellos dan de gestión del talento.

Dicho enfoque se puede resumir en cuatro etapas:

1. Identificar los puestos clave o esenciales - Este aspecto debería ser el punto de partida para cualquier gestión de talento, ya que ello supondrá el poder contribuir al desarrollo de una organización.

2. Desarrollar el talento - A continuación, como segundo paso, habría que desarrollar dicho talento, para cubrir con él los puestos que como ya hemos dicho contribuyen al desarrollo del organismo, y no cubrirlos con cualquier tipo de empleado. Los empleados que son destinados a puestos que no desarrollan su talento o le ofrecen tareas limitadas, acaban desmotivándose y desilusionándose. Por el contrario, aquéllos que son destinados a trabajos más complejos que requieren esfuerzo y superación, muestran una mayor motivación y afán de superación.
3. Creación de una diferenciada estructura de RRHH - Tras identificar y cubrir dichos puestos, el paso final sería reconocer la importancia de una clara estructura de recursos humanos de la empresa, que facilite precisamente la cobertura de dichos puestos pudiendo saber cuál es su ubicación en la empresa u organización.
4. Resultados - Evidentemente, todas las fases anteriores están orientadas a conseguir un impacto positivo en los resultados de una organización. Se establece así una estrecha relación entre gestión de talento y resultados organizacionales, buscando un efecto motivador en los puestos de elevado potencial que se refleje en el éxito y eficiencia de la empresa.

En definitiva, este modelo intenta reflejar la relación que existe entre la gestión de talento y el impacto que ello tiene en los resultados de una organización. La importancia de gestionar los puestos clave en una empresa, motivarlos y desarrollarlos, influirá en los resultados de la misma de modo notable.

Previo a este enfoque, ha aparecido un concepto estrechamente relacionado, la gestión por competencias: “ajuste entre la organización y el individuo a través de las competencias descritas en ambos niveles” (MENGUZZATO, 2009), mejorando este modelo a anteriores como la dirección de tareas o dirección por objetivos (LÓPEZ, 2010).

Para poder gestionar el talento, entendido como “la capacidad de la organización de adquirir, desarrollar y asignar el talento maximizando el valor que éste genera” (GONZÁLEZ; MARTÍNEZ; PARDO, 2009), es necesario dimensionar a través de la gestión por competencias cuatro áreas influyentes tanto en la organización como en el individuo: captación y atracción de talento, identificación de talento, desarrollo y crecimiento de talento, y en último lugar, retención y fidelización de talento (MENGUZZATO, 2009). Se pueden considerar estas cuatro áreas como la estrategia de gestión del talento, ya que su administración y un tratamiento satisfactorio contribuirán a la excelencia organizativa.

También, se puede atribuir a la gestión del talento el captar el personal idóneo para una empresa, así como mantenerlo, motivarlo, conseguir una mejora individual y obtener de éstos los resultados más eficientes. Todo ello contribuirá a la llamada “inteligencia de éxito”, es decir, la habilidad de equilibrar las necesidades de adaptar, formar y seleccionar ambientes con el fin de conseguir el éxito (MENGUZZATO, 2009), precisamente fin de toda organización.

Precisamente se centrará el presente artículo en este último apartado, el vinculado con una aptitud necesaria a la hora de captar al personal idóneo: la formación de dicho personal; todo ello aplicado al sector turístico. Para ello se partirá de una revisión teórica sobre la evolución formativa en turismo en España, para a continuación realizar un análisis de la oferta específica de titulaciones universitarias a día de hoy, a través de un análisis de contenido de las páginas webs de las universidades españolas.

Investigación en forma turística

Como se acaba de citar en el epígrafe anterior, uno de los enfoques en cuanto a gestión de talento se refiere, enfatiza el seleccionar y captar al personal idóneo, idea altamente vinculada a una formación adecuada para el puesto a desempeñar. Dichas posturas o teorías son básicas y aplicables a cualquier sector o industria, por lo que el sector turístico también se ve afectado por las mismas.

Las primeras investigaciones en este campo (formación y turismo) se iniciaron en la década de 1980 en Estados Unidos, resumiéndose los objetivos de las mismas en dos cuestiones (JAFARI; RITCHIE, 1981):

- Materias a formar parte de los planes de estudio en turismo.
- Nivel de satisfacción de la formación turística en relación a las expectativas del mercado, es decir, del sector turístico.

Dichas cuestiones mostraron preocupación por formar a personal cualificado en materia turística y que dicha cualificación fuese propicia para desempeñar un trabajo ante las reales necesidades del sector, evitando así una mera formación teórica o lejana aproximación a la realidad.

Tal interés o investigaciones no llegaron a Europa hasta la década de 1990, y todavía con más retraso se iniciaron en España, prácticamente a mediados de esta década. Según Aguiló (1999), las causas que pudieron justificar esta aparente falta de interés en la formación turística en el panorama español fueron las siguientes:

- El turismo de masas en España era un fenómeno relativamente reciente, con destacadas cifras de crecimiento en la década de 1990 pero con poco tiempo para digerir dicho éxito y pensar en mecanismos de mejora.
- El turismo llegó a vincularse con zonas poco desarrolladas en las que no eran necesarias técnicas de gestión sofisticadas o elaboradas, por lo que la formación tampoco era necesaria.
- Se estaban ofertando productos turísticos poco diferenciados, sin tener en cuenta la segmentación y la diversidad de gustos a la que hoy nos enfrentamos. A ello se añade que las nuevas tecnologías eran todavía inexistentes. Por ello recursos humanos altamente cualificados tampoco eran primordiales.

Es evidente que desde la década de 1990 a la actualidad - década 2010 - la visión del turismo en España ha cambiado sustancialmente, siendo insostenibles ante cualquier argumento las causas que se acaban de citar. Tanto en España como a nivel mundial, se han dado una serie de cambios que han supuesto para el turismo nuevos desafíos y oportunidades. Para dar respuesta a las actuales necesidades, el sector turístico ha tenido que investigar e indagar posibles estrategias para que tanto las empresas como destinos turísticos fuesen y continuasen siendo competitivos (LILLO; RAMÓN; SEVILLA, 2009).

Remontándonos de nuevo a la década de 1990, concretamente al año 1995, se celebró en España el III Congreso de AECIT (Asociación de Expertos Turísticos en Turismo), cuyo lema de ese año era “Hacia un modelo integrado de formación en turismo”, reflejándose así la necesidad o carencia de un modelo formativo único y completo en materia turística en España. De dicho congreso se extrajeron una serie de conclusiones que se pueden resumir en “la necesidad de renovación del sistema educativo, reconversión de las enseñanzas, participación tanto pública como privada, coordinación administrativa y necesidad de participación de agentes sociales y económicos en el diseño de los contenidos formativos”, entre las más destacadas (MARISCAL, 2003). Tras recopilar las opiniones de expertos en turismo, quedó más que patente la necesidad de una reforma en esta área.

El turismo se convierte por tanto en una enseñanza académica relevante en España, asumiendo un carácter multidisciplinar, ya que son diversas las aptitudes y actitudes necesarias para desempeñar trabajos en este sector. Paralelamente a las mejoras educativas, crecen proporcionalmente las publicaciones y estudios en turismo, inicialmente en revistas de otras disciplinas, emergiendo así teorías propias en este campo (JAFARI, 1990). A su vez, aparecen asociaciones y grupos profesionales también interesados en turismo, incluyendo entre sus intereses disciplinas vinculadas y necesarias para este sector, ya sea marketing, ecología, ocio o gestión empresarial. Como se observa, poco a poco, la investigación turística y la propagación de conocimientos se extiende, organizándose incluso congresos y seminarios patrocinados por estas organizaciones involucradas con el tema (JAFARI, 1990).

La formación turística se convierte en una realidad, una realidad necesaria conforme el turismo progresa en nuestro país y se convierte en una importante fuente de ingresos. El empleo en turismo aumenta, demandándose un empleo de calidad y no los recursos humanos poco o nada cualificados de los que se hablaba líneas más arriba. Las universidades, conscientes de dicha realidad, incrementan la oferta de títulos medios y superiores en dicho campo. En un principio fueron las diplomaturas, actualmente reformadas a grados, y en un intento de ofrecer una formación superior, aparecieron los postgrados e incluso doctorados, vigentes a día de hoy.

Oferta formativa turística en España

Hasta hace unos años, en España, el intrusismo laboral en el sector turístico era una realidad. Causa de ello era la escasa formación en dicho campo y sobre todo la inexistencia de una titulación superior (Licenciatura en Turismo), lo cual obligaba a ocupar puestos de este sector con individuos que tenían otra formación. Ejemplo de ello eran los cargos de gestión de empresas turísticas (hoteles y balnearios principalmente) ocupados por Licenciados en Empresariales o puestos de planificación y desarrollo territorial que se concedían a Licenciados en Geografía o Historia. Como respuesta a esta situación, se apuesta en España por una formación turística de calidad, pilar básico para evitar dicho intrusismo.

Desde el punto de vista de la demanda, es decir, del turista, el intrusismo laboral se percibe también como algo negativo, perjudicando la imagen del sector, lo cual tampoco resulta beneficioso para el mismo (HOSTELTUR, 2011). Dicho argumento respalda una vez más la necesidad de especialización y formación, elemento que añade valor a la competitividad turística.

Al hablar de competitividad se hace referencia a la combinación de una serie de factores que añaden valor a los recursos de una región, haciendo que ésta mantenga su presencia en los mercados (BRAVO, 2004). Centrándose en el sector turístico, dichos factores son la calidad de servicio, imagen, formación, mejora en los canales de comunicación o la educación para la actividad turística, entre los más destacados (SANCHO, 1998).

Surge por tanto la siguiente cuestión, ¿cómo ha evolucionado la formación turística en España?

Los primeros pasos se dieron con la aparición de Escuelas de Hostelería y Escuelas Privadas en las que se impartían cursos de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas o Guía Turístico. En lo que respecta a educación universitaria, la Diplomatura en Turismo apareció a finales de la década de 1990, impartándose en diversas universidades españolas. La diplomatura ofertaba durante un periodo de tres años una serie de materias generales y específicas, así como idiomas, que pretendían

preparar a alumnos que deseaban incorporarse al mercado laboral turístico. A ello se añadía la realización de prácticas en empresas, uno de los componentes más atractivos de la titulación. El plan de estudios era similar en todas las universidades en que se impartía, salvando pequeñas diferencias en función de la especialidad ofertada por cada una (MARISCAL, 2003).

Hasta hace muy poco, ésta era la única formación universitaria existente en el país, por lo que se llegó a proponer la ampliación en dos años de los estudios y obtener así una licenciatura, oportunidad para fortalecer la formación en turismo existente hasta el momento (VERA; IVARS, 2001). Varias fueron las universidades que apoyaron esta idea, siendo una de las promotoras la Universidad de Alcalá de Henares (Madrid) (MARISCAL, 2003).

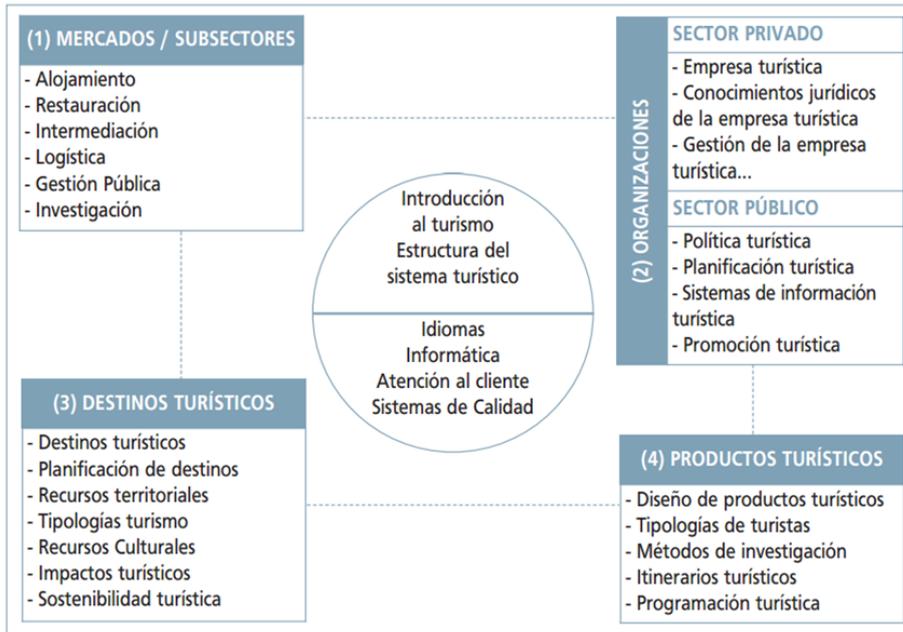
Pero éste no fue el rumbo que siguió la formación turística, sino que a mediados de la década del 2000 aparecieron los programas de Postgrado en Turismo (actuales masters universitarios), estudios universitarios de segundo ciclo a los que pueden acceder los diplomados en turismo. Se trata de una oferta formativa superior que complementa y profundiza los conocimientos adquiridos durante la diplomatura (primer ciclo). Se aprueba el Real Decreto 56/2005 que precisamente regula estos estudios, denominados “estudios universitarios oficiales de postgrado conducentes al título de master”, totalmente integrados en el Espacio Europeo de Educación Superior, en los cuales las materias se miden en los ya conocidos créditos ECTS (crédito que mide la carga total de trabajo del estudiante, no sólo la docencia en aula, y que se corresponde con 25-30 horas). Paralelamente y también regulados en el mismo real decreto, aparecen los estudios de doctorado o tercer ciclo, un paso más hacia la especialización e investigación. Emergen así los primeros doctorados en Turismo, para los que se hace imprescindible como vía de acceso las dos titulaciones inferiores, diplomatura y postgrado.

Como se observa, la formación en turismo pasó de pequeñas escuelas y títulos, a poseer oferta en todos los posibles niveles universitarios, desde la diplomatura al doctorado. Pero tras la aparición de los postgrados, en un intento de adaptar también los primeros ciclos al Espacio Europeo de Educación Superior, aparecieron los grados, titulaciones universitarias de primer ciclo que tienen una duración de cuatro años en lugar de los anteriores tres de la diplomatura. Hoy en día las diplomaturas en turismo ya han desaparecido o están en extinción, y la oferta de grados es a la que pueden optar los nuevos alumnos. Las titulaciones de grado o equivalentes, más el postgrado (cuya denominación actual ha pasado a ser master universitario, como ya se ha dicho), se convierten a día de hoy en el medio de acceso al doctorado. Se observa así un progreso paralelo entre la formación y la investigación en el campo del turismo (VERA; IVARS, 2001).

Como se comentó párrafos arriba, el intrusismo en el sector turístico por parte de sectores afines como la geografía o empresariales fue algo habitual hasta hace poco, y sigue dándose a día de hoy a pesar de la oferta formativa especializada. Aunque siguen existiendo materias comunes entre titulaciones como Turismo, Geografía o Empresariales, (por ejemplo los idiomas o la informática entre Turismo y Empresariales, o planificación de destinos entre Turismo y Geografía y Ordenación Territorial), estamos ante una formación muy específica. Ejemplo clarificador de ello son los Libros Blancos del Título de Grado en Turismo (ANECA, 2004a) y el de Título de Grado en Geografía y Ordenación del Territorio (ANECA, 2004b), donde al observar los ejes básicos conceptuales de cada programa y las materias que se derivan de ellos, las coincidencias son mucho menores (Figuras 1 y 2). En el caso del Turismo se apuesta por la restauración, alojamiento, gestión pública y privada, recursos turísticos, diseño de productos turísticos e investigación turística, entre otros, y en el caso de Geografía, la oferta formativa está centrada en temas de cartografía, información geográfica, geografía física o geografía humana, entre otros. Se deduce que la formación es completamente dife-

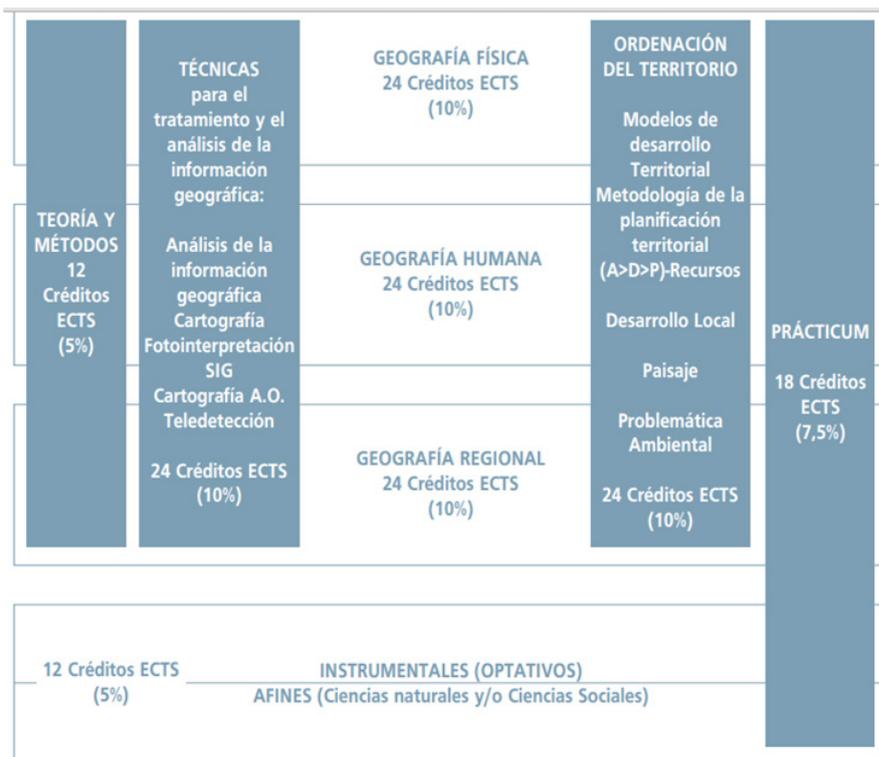
renciada, exceptuando temas como la planificación, el desarrollo local o el impacto ambiental, afines a ambas titulaciones.

Figura 1. Primera aproximación conceptual al Grado de Turismo



Fuente: Libro Blanco de Título de Grado en Turismo, ANECA (2004a)

Figura 2. Bloques temáticos del Grado en Geografía y Ordenación del Territorio



Fuente: Libro Blanco de Título de Grado en Geografía y Ordenación del Territorio, ANECA (2004b)

Se ha visto por tanto de un modo muy breve, cuáles son las titulaciones universitarias en materia turística vigentes actualmente en España. A continuación, pasamos a analizar cuál es exactamente esta oferta en las universidades españolas, pudiendo hacerse así el lector una idea de cuál es la situación actual en España en lo que respecta a oferta formativa en materia turística.

Metodología

Con objeto de conocer cuál es la oferta de titulaciones universitarias vinculadas con turismo en España, se ha partido del listado de universidades que proporciona la Universitat d'Alacant (Figura 3), la cual es nuestra población objetivo y a la vez muestra de estudio. A continuación se ha realizado un estudio cualitativo a través de la técnica de análisis de contenido, analizando cada una de las webs oficiales de dichas universidades. Todo ello con el fin de obtener el número de grados, postgrados y doctorados vinculados con turismo que oferta cada una de ellas, así como sus denominaciones y especialidades, pudiendo formarse una imagen de la oferta universitaria española en este campo.

Figura 3. Mapa de universidades españolas



Fuente: Universitat d'Alacant¹

1 Mapa disponible en la página web de la Universitat d'Alacant: <http://www.ua.es/es/internet/unimapa.htm> (consultado el 25/06/2012)

Análisis y resultados

Tras analizar las páginas webs de las 75 universidades españolas (Figura 3), observamos que 52 de ellas ofertan alguna titulación universitaria vinculada con turismo (Tabla 1), cifra relativamente alta (69,3% de las universidades existentes).

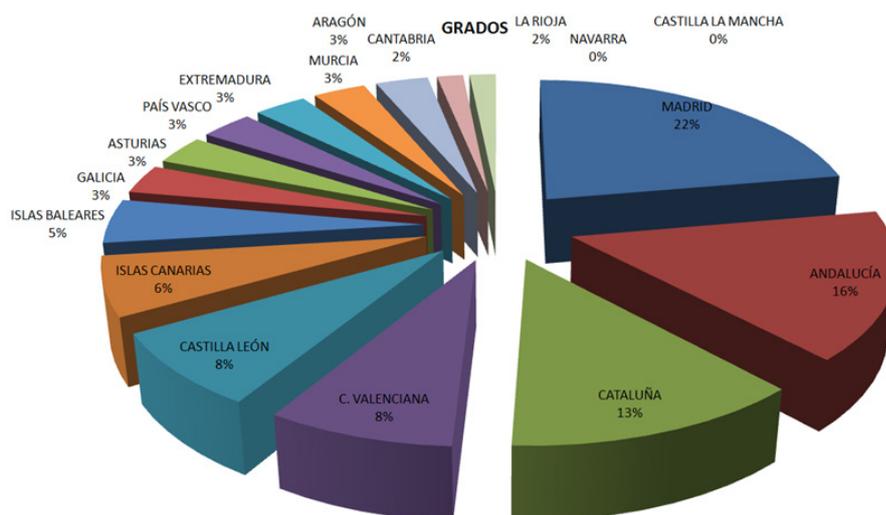
La titulación más ofertada, es la de primer ciclo, el Grado en Turismo; resultado que no sorprende por ser la formación más básica a nivel universitario y necesaria para acceder a estudios de 2º y 3º ciclo. Concretamente en España se ofertan 63 grados de turismo a través de 51 universidades. La tendencia general es un grado de 4 años con un total de 240 créditos ECTS denominado “Grado en Turismo”. Tan sólo 6 universidades han planteado nombres más complejos, haciendo hincapié en la vertiente lúdica del sector o en el ámbito de gestión:

- Gestión Turística y Hotelera (Universidad San Jorge y Universidad Ramón Llull)
- Turismo y gestión del ocio (Universidad Pompeu Fabra)
- Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio (Universidad Europea de Madrid)
- Turismo, administración de organizaciones y recursos turísticos (Universidad de Extremadura)
- Gestión Turística (Politécnica de Valencia)

También destacan dentro de la oferta analizada las universidades Alfonso X El Sabio, Alacant y Extremadura por ofertar conjuntamente la titulación de Turismo junto a la de Administración y Dirección de Empresas (ADE), a través de los denominados dobles grados.

En lo que respecta a la oferta por comunidades, Madrid se pone a la cabeza con 14 grados, concentrando el 22% de toda la oferta, lo cual es esperable dado el elevado número de universidades situadas en dicha comunidad. Le sigue Andalucía con 10 grados, Cataluña con 8 y Castilla y León y Comunidad Valenciana con 5 grados cada una (Figura 4).

Figura 4. Oferta de Grados en Turismo por Comunidades Autónomas (%)



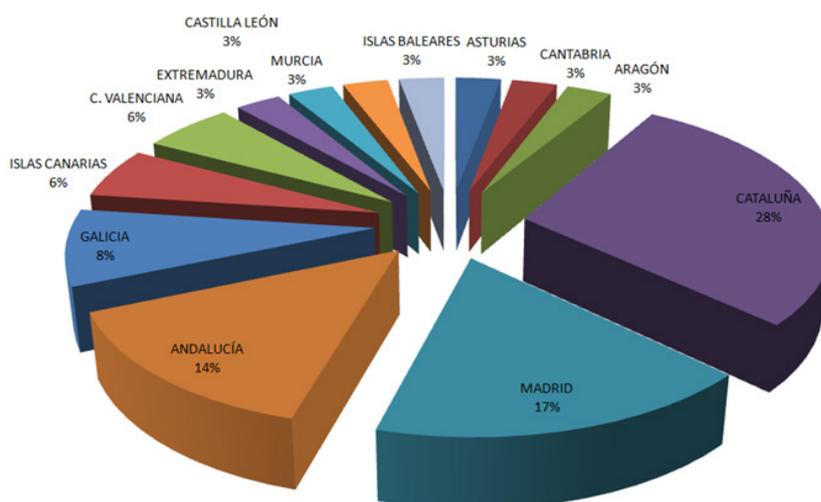
Fuente: elaboración propia

Se analiza a continuación la oferta de postgrados o masters universitarios, cifra que desciende notablemente respecto a la oferta de primer ciclo: un total de 36. En este caso son 31 las universidades que los incluyen en sus programas educativos, siendo lo habitual ofertar tan sólo uno, a excepción de las universidades de Girona (3 masters), Antonio Nebrija (2 masters) y Barcelona (3 masters). En cuanto a la duración, la tendencia actual es de un año y una serie de materias o disciplinas que hacen un total de 60 créditos ECTS, aunque todavía existe alguno con una duración superior (120 créditos ECTS), fruto de la anterior oferta adaptada a titulaciones de acceso anteriores, las diplomaturas (de tan sólo 3 años de duración). Los de aparición reciente ya se han organizado con una programación académica de 60 créditos ECTS, y los más antiguos han reestructurado su programación reduciendo así el número de créditos y adaptándose a la tendencia actual.

Si hacemos referencia a las denominaciones, éstas son más complejas que los títulos de grado, haciendo hincapié cada una de ellas en la especialidad ofertada. Hacemos un paréntesis aquí para recordar que los estudios de postgrado suponen una especialización de los conocimientos genéricos adquiridos en el grado. Existen todavía 10 masters que utilizan una denominación más genérica “Dirección y Planificación del Turismo” y 5 que añaden a turismo la palabra Gestión o Gestión Hotelera. El resto muestran a través de su nombre el campo en el que pretenden profundizar, ya sea nuevos productos turísticos, turismo interior y de salud, innovación, turismo cultural o arqueología y naturaleza.

En lo que respecta a su ubicación, es Cataluña la que en esta ocasión se encuentra en primera posición, ofertando un total de 10 postgrados (28,57% del total), seguida de Madrid con 6 (17,14%), Andalucía con 5 (14,29%) y Galicia con 3 (8%).

Figura 5. Oferta de postgrados en turismo por comunidades autónomas (%)

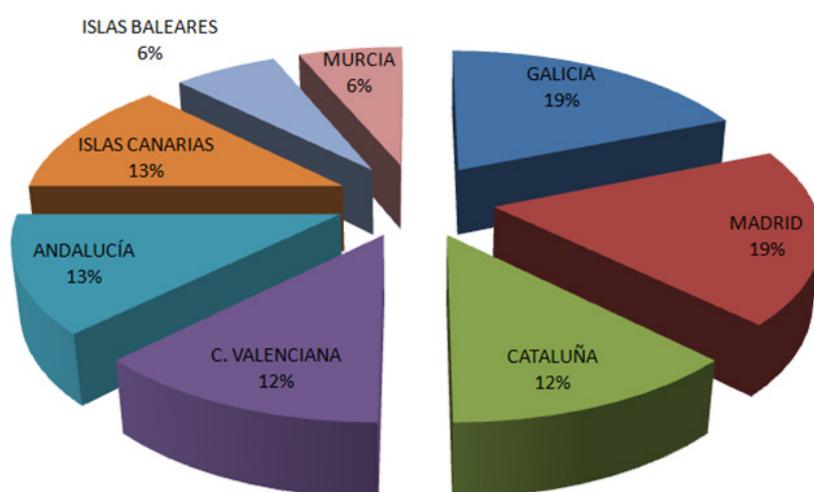


Fuente: elaboración propia

En último lugar queda analizar la formación más específica y de más alto nivel universitario, el doctorado. En todo el territorio español tan sólo se ofertan 16 doctorados vinculados con turismo, estando tres de ellos ubicados en las tres universidades gallegas y otros tres en Madrid, convirtiéndose en este caso en las comunidades con mayor formación en dicho nivel. En el caso de Galicia, se trata del mismo doctorado (Dirección y Planificación del Turismo) ofertado a través de las tres

universidades del Sistema Universitario de Galicia (SUG), pudiendo el alumno elegir en cuál de las tres matricularse para cursar dichos estudios y realizar así su tesis. Además de Galicia y Madrid, son 6 las comunidades que ofertan dicha titulación: Cataluña (2), Comunidad Valenciana (2), Andalucía (2), Islas Baleares (1), Islas Canarias (1) y Murcia (1). En lo que respecta a los nombres, 6 de ellos se denominan de “Turismo”, incluyendo el interuniversitario entre Málaga, Sevilla, Rey Juan Carlos y Alicante, 3 de ellos de “Dirección y Planificación del Turismo” y los 7 restantes de “Turismo y ocio”, “Turismo, Derecho y Empresa”, “Desarrollo integral e innovación de destinos turísticos”, “Economía internacional y turismo”, “Economía del turismo y medio ambiente” y “Perspectivas Científicas sobre el Turismo y la Dirección de Empresas Turísticas”, dejando cada uno entrecruzar los campos con los que se vincula o especializa.

Figura 6. Oferta de doctorados en turismo por comunidades autónomas (%)



Fuente: elaboración propia

Tabla 1. Universidades españolas que ofertan algún título vinculado con turismo

UNIVERSIDAD	Nº	GRADOS	Nº	POSTGRADOS	Nº	DOCTORADOS
A Coruña	1	Turismo	1	Planificación y Gestión de Destinos y Nuevos Productos Turísticos	1	Dirección y Planificación del Turismo
Santiago de Compostela	-	-	1	Turismo Urbano y Gestión de Empresas Turísticas	1	Dirección y Planificación del Turismo
Vigo	1	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud	1	Dirección y Planificación del Turismo
Oviedo	2	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	-	-

UNIVERSIDAD	Nº	GRADOS	Nº	POSTGRADOS	Nº	DOCTORADOS
Cantabria	1	Turismo	1	Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)	-	-
Deusto	2	Turismo	-		-	
Burgos	1	Turismo	1	Máster en Cultura del Vino: Enoturismo en la Cuenca del Duero	-	
La Rioja	1	Turismo	-		-	
San Jorge	1	Gestión Turística y Hotelera	-		-	
Lleida	1	Turismo				
Zaragoza	1	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo		
Autónoma de Barcelona	1	Turismo				
Barcelona	1	Turismo	3	Innovación en la Gestión Turística Dirección Hotelera y de Restauración Gestión Estratégica de las empresas turísticas		
Oberta de Catalunya	1	Turismo	1	Turismo Cultural		
Pompeu Fabra	1	Turismo y gestión del ocio	1	Gestión de Destinos y Equipamientos de Ocio y Turismo		
Ramón Llull	1	Gestión turística y hotelera	1	Innovative hospitality management		
Girona	1	Turismo	3	Dirección y Planificación del Turismo Turismo cultural Dirección Turística	1	Turismo, Derecho y Empresa
Rovira i Virgili	1	Turismo	1	Técnicas de análisis e innovación turística	1	Turismo y ocio
Valladolid	1	Turismo				
Europea Miguel de Cervantes	1	Turismo				
IE Universidad	1	Turismo				
Salamanca	1	Turismo				
Alcalá	1	Turismo	1	Dirección de empresas de turismo		
Alfonso X El Sabio	2	Turismo Turismo+ADE				

UNIVERSIDAD	Nº	GRADOS	Nº	POSTGRADOS	Nº	DOCTORADOS
Antonio Nebrija	1	Turismo	2	Dirección de Hoteles y Complejos Turísticos Turismo	1	Turismo
Autónoma de Madrid	1				-	Desarrollo integral e innovación de destinos turísticos
Carlos III Madrid	1	Turismo				
Complutense Madrid	2	Turismo				
Europea Madrid	1	Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio	1	Gestión del Turismo de Congresos, Convenciones y Empresas OPC		
UNED	1	Turismo				
Rey Juan Carlos	2	Turismo	1	Dirección Turística Internacional	1	Turismo (interuniversitario Alicante, Málaga, Sevilla y Rey Juan Carlos)
Camilo José Cela	1	Turismo	1	Dirección de empresas turísticas		
Distancia de Madrid	1	Turismo				
Jaume I	1	Turismo				
Valencia	1	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	1	Economía internacional y turismo
Politécnica de Valencia	1	Gestión turística				
Alacant	2	Turismo Turismo+ADE	1	Dirección y Planificación del Turismo	1	Turismo (interuniversitario Alicante, Málaga, Sevilla y Rey Juan Carlos)
Extremadura	2	Turismo, administración de organizaciones y recursos turísticos ADE+Turismo	1	Administración, organizaciones y recursos turísticos		
Huelva	1	Turismo	1	Turismo: Dirección de empresas turísticas		

UNIVERSIDAD	Nº	GRADOS	Nº	POSTGRADOS	Nº	DOCTORADOS
Sevilla	2	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	-	Turismo (interuniversitario Alicante, Málaga, Sevilla y Rey Juan Carlos)
Cádiz	1	Turismo	1	Dirección Turística		
Córdoba	1	Turismo				
Católica de San Antonio	1	Turismo				
Jaén	1	Turismo	1	Turismo, Arqueología y Naturaleza		
Granada	1	Turismo				
Málaga	1	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	1	Turismo (interuniversitario Alicante, Málaga, Sevilla y Rey Juan Carlos)
Almería	1					
Murcia	1					
Politécnica de Cartagena	1	Turismo		Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas	1	Turismo
Les Illes Balears	3	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	1	Economía del turismo y medio ambiente
La Laguna	1	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	1	Turismo
Las Palmas de Gran Canaria	3	Turismo	1	Dirección y Planificación del Turismo	1	Perspectivas Científicas sobre el Turismo y la Dirección de Empresas Turísticas
TOTAL	63	GRADOS	35	POSTGRADOS	16	DOCTORADOS

Fuente: elaboración propiaApresentação e análise comparativa das pesquisas realizadas em 2006 e 2011

Conclusiones

Captar al personal idóneo es uno de los objetivos de cualquier empresa u organismo, por lo que uno de los valores a tener en cuenta a la hora de seleccionar personal es el que éste tenga una formación adecuada y específica para el trabajo a desempeñar.

El sector turístico, importante componente de la industria del ocio y notable fuente de ingresos en España, también ha evolucionado en diversos sentidos, siendo la formación uno de ellos. La gestión del talento en general y el seleccionar al personal idóneo con una formación adecuada de un

modo más específico, también resultan claves en este sector. Por ello, la oferta educativa específica en turismo ha incrementado el número de titulaciones así como el nivel y especialización de las mismas, todo ello con el fin de mejorar la cualificación del personal que trabaja o pretende trabajar en este sector, y con ello la calidad del mismo.

Adaptándose a tales necesidades, en España se empezaron ofertando pequeños cursos de guías turísticos a través de Escuelas de Hostelería en la década de los 90. A día de hoy, dicha oferta se ha diversificado y especializado, conviviendo grados, postgrados (masters universitarios) y doctorados, todos ellos adaptados al Sistema de Educación Europeo. Prácticamente de modo paralelo a la aparición de los postgrados, se iniciaron los primeros cursos de doctorado en turismo (tercer ciclo), mucho más centrados en la vertiente investigadora del sector turístico en lugar de una formación profesionalizante, más propia de los postgrados. Conviven así tres titulaciones universitarias específicas en turismo a tres niveles diferentes, con una mayor especialización según se avanza de nivel.

Prácticamente todas las comunidades españolas tienen alguna universidad que oferta un grado en turismo, titulación más básica. En concreto en España se ofertan 63 grados en turismo, 36 postgrados o masters universitarios y 16 doctorados, algunos de ellos interuniversitarios. A medida que sube el nivel y aumenta el grado de especialización, el número de titulaciones disminuye, situación esperable ya que la demanda es menor y el esfuerzo mayor.

Otra cuestión relevante son los programas y materias a incluir en cada una de las titulaciones, ya que hasta hace no muchos años, el intrusismo por parte de otras titulaciones (Geografía o Empresariales) eran habituales en el sector turístico. Actualmente se ha hecho un esfuerzo para que las titulaciones en Turismo cuenten con programas específicos y de alto nivel formativo, en los que existen materias todavía comunes con otras titulaciones, pero no suficientes para que otros titulados sean expertos en este campo. Esto supone un gran avance y ventaja para los titulados en Turismo, únicos profesionales formados para acceder a puestos de trabajo de este sector.

La cuestión pendiente por plantear es si la oferta actual se corresponde con la demanda real. Las titulaciones vinculadas con el Turismo resultan atractivas, sobre todo en un país donde el turismo tiene un gran peso en la economía. Las universidades conscientes de ello han incrementado el número de grados e incluso postgrados, como es el caso de Cataluña, donde se llegan a ofertar 10 postgrados, titulación superior que requiere cierto nivel de formación en turismo. La pregunta es, ¿es necesaria tal oferta? Tiene que darse un matiz diferenciador muy importante o un nivel de calidad muy superior para que un postgrado se diferencie de la competencia y resulte atractivo. De ahí, que ante la actual demanda por parte de individuos en activo, varios postgrados hayan optado por la enseñanza online o semipresencial (por ejemplo el Master en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud de la Universidad de Vigo, único con tal especialidad y con modalidad semipresencial). En el caso del doctorado, las universidades están optando por titulaciones interuniversitarias (como el recién aparecido doctorado interuniversitario en Turismo de las universidades de Alicante, Málaga, Sevilla y Juan Carlos), ya que se está en un nivel de formación todavía superior (3º ciclo), donde se necesita una carrera formativa elevada para acceder al mismo (grado más postgrado).

Referências bibliográficas

- ANECA - Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación. Libro blanco del Título de Grado en Turismo. ANECA, 2004a.
- ANECA - Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación. Libro blanco del Título de Grado en Geografía y Ordenación del Territorio. ANECA, 2004b.
- AGUILÓ, E. Consideraciones en torno a los trabajos e investigaciones sobre calidad en la formación turística. Cuadernos de Turismo, nº 4, pp. 7-19, 1999.
- BRAVO, S. La competitividad del sector turístico. Boletín Económico, Banco de España, 2004.
- COLLINGS, D.G.; MELLAHI, K. Strategic talent management: A review and research agenda. Human Resource Management Review, vol. 19, issue 4, pp. 304-313, 2009.
- GONZÁLEZ, T.F.; MARTÍNEZ, C.; PARDO, M. La gestión del talento en la empresa industrias española. Economía Industrial, nº 374, pp. 21-35, 2009.
- HOSTELTUR. ASET apuesta por la formación para evitar el intrusismo. Acceso 18/06/2011. Disponible em < http://www.hosteltur.com/119370_aset-apuesta-formacion-evitar-intrusismo.html >
- JAFARI, J.; RITCHIE, J. R. B. Towards a framework for tourism education. Annals of Tourism Research, 1, pp. 8-14, 1981.
- JAFARI, J. Research and Scholarship: The Basis of Tourism Education. The Journal of Tourism Studies, vol. 1, pp. 33-41, 1990.
- LEWIS, R.E.; HECKMAN, R. J. Talent management: A critical review. Human Resource Management Review, vol. 16, issue 2, pp. 139-154, 2006
- LILLO, A.; RAMÓN, A. B.; SEVILLA, M. El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. Cuadernos de Turismo, nº 19, pp. 47-69, . 2009.
- LÓPEZ, E. R. Gestión por competencias: un enfoque para mejorar el rendimiento personal y empresarial. Netbiblo, A Coruña, 2010
- MARISCAL, A. La formación turística en Andalucía: input para la mejora de la calidad en el empleo turístico. Cuadernos de Turismo, nº 12, pp. 93-117, 2003.
- MENGUZZATO, M. (dir.) (2009): La dirección de empresas ante los retos del s. XXI., Servicio de publicaciones de la Universidad de Valencia, Valencia 2009.
- SANCHO, A. Cualidades requeridas para ser un profesional del turismo. Introducción al Turismo, OMT. Madrid, 1998.
- VERA, J.F.; IVARS, J.A. La formación y la investigación turística en España: una visión de síntesis. Papers de Turisme, nº 29, pp.6-27, 2001.

Recursos electrónicos

Universidad de Deusto: www.deusto.es
IE University: www.ie.edu/es/universidad/
Universidad Antonio Nebrija: www.nebrija.com
Universidad de Alacant: www.ua.es
Universidad Autónoma de Barcelona: www.uab.es
Universidad de Alcalá: www.uah.es
Universidad de Almería: www.ual.es
Universidad Autónoma de Madrid: www.uam.es
Universidad Alfonso X El Sabio: www.uax.es
Universidad de Barcelona: www.ub.edu/es
Universidad de Burgos: www.ubu.es
Universidad de Cádiz: www.uca.es
Universidad Católica de San Antonio: www.ucam.edu
Universidad Camilo José Cela: www.ucjc.es
Universidad Carlos III: www.uc3m.es
Universidad Complutense de Madrid: www.ucm.es
Universidad de Córdoba: www.uco.es
Universidad de A Coruña: www.udc.es
Universidad de Girona: www.udg.edu
Universidad a Distancia de Madrid: www.udima.es
Universidad de Lleida: www.udl.es
Universidad Europea de Madrid: www.uem.es
Universidad Europea Miguel de Cervantes: www.uemc.es
Universidad de Granada: www.ugr.es
Universidad de Huelva: www.uhu.es
Universidad Illes Balears: www.uib.es
Universidad de Jaén: www.ujaen.es
Universidad Jaume I: www.uji.es
Universidad de La Laguna: www.ull.es

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: www.ulpgc.es

Universidad de Murcia: www.um.es

Universidad de Málaga: www.uma.es

UNED: www.uned.es

Universidad de Extremadura: www.unex.es

Universidad de Cantabria: www.unican.es

Universidad de Oviedo: www.uniovi.es

Universidad de La Rioja: www.unirioja.es

Universidad de Zaragoza: www.unizar.es

Universidad Oberta de Catalunya: www.uoc.edu

Universidad Politécnica de Cartagena: www.upct.es

Universidad Pompeu Fabra: www.upf.edu/es/

Universidad Politécnica de Valencia: www.upv.es

Universidad Ramón Llull: wwwa.url.edu/es/

Universidad Rey Juan Carlos: www.urjc.es

Universidad Rovira i Virgili: www.urv.edu

Universidad de Sevilla: www.us.es

Universidad de Salamanca: www.usal.es

Universidad San Jorge: www.usj.es

Universidad de Valencia: www.uv.es

Universidad de Valladolid: www.uva.es

Universidad de Vigo: www.uvigo.es

Universidad de Santiago de Compostela: www.usc.es