

Análisis de la formación en turismo en España: perspectiva del sector público y privado desde una aproximación cualitativa

Clara Martín-Duque, Diana Gómez-Bruna,
Marta Plumed-Lasarte
& Juan José Fernández-Muñoz

Resumen

La relativa reciente incorporación de los estudios de turismo al ámbito universitario, unida a la dinámica y cambiante realidad del sistema turístico, hace necesaria una revisión de la estructura y contenidos de dichos estudios. Por ello, el presente trabajo plantea un análisis de las principales fortalezas y debilidades de las enseñanzas en turismo mediante la exploración teórica de las diversas fases de implantación del título y la realización de un análisis cualitativo a través de nueve grupos de discusión en los que participaron agentes turísticos del sector público y privado de toda la geografía española. Las principales conclusiones que se extrajeron de esta investigación fue por un lado la necesidad de una mayor integración vertical en los estudios y por tanto una mayor coordinación entre los diferentes niveles formativos. Por otro lado, la importancia de aumentar la implicación del sector privado para que los estudios estén mejor adaptados a la realidad del sector y la necesidad de impartir una formación más ligada a la innovación tecnológica y en contacto con las nuevas tendencias de la oferta y la demanda turística. No obstante, estas deficiencias se contraponen a los datos positivos en cuanto al aumento en el número de alumnos de turismo de las universidades y a progresiva mejora de la formación de los mismos.

Palabras clave:

educación; turismo; cualitativo; grupo de discusión

Análise da formação do turismo em Espanha: perspetiva do sector público e privado a partir duma abordagem qualitativa

Resumo: A incorporação relativamente recente dos estudos de turismo no âmbito universitário, unida à realidade dinâmica e em constante mudança da realidade do sistema turístico torna necessária uma revisão da estrutura e conteúdos dos referidos estudos. Assim, o presente trabalho propõe uma análise das principais forças e fraquezas do ensino do turismo através da exploração teórica das diversas fases de implantação do título e da realização de uma análise quantitativa com nove grupos de discussão nos quais participaram agentes turísticos do sector público e privado de todo o território espanhol. As principais conclusões extraídas desta fase de investigação foram por um lado a necessidade de uma maior integração vertical nos estudos e, portanto, uma maior coordenação entre os diferentes níveis formativos. Por outro lado, destaca-se a importância de aumentar o envolvimento do sector privado para que os estudos estejam melhor adaptados à realidade do sector e à necessidade de fomentar uma formação mais ligada à inovação tecnológica e em contacto com as novas tendências da oferta e da procura turísticas. No entanto, esta carência contrasta com os dados positivos no que diz respeito ao aumento do número de alunos de turismo das universidades e à progressiva melhoria de formação dos mesmos.

Palavras-chave: educação; turismo; estudo qualitativo; grupo de discussão

Analysis of spanish tourism education: public and private perspectives from a qualitative approach

Abstract: The relative recent incorporation of tourism education into university, together with the dynamic and changing reality of tourist sector, make necessary a revision of the structure and contents of the studies. Thus, the present paper brings out an analysis of the main strengths and weaknesses of tourism education by (1) a theoretical study of the different steps of degree's establishment and (2) a qualitative study through nine focus groups with public and private stakeholders from all the Spanish territory. The main conclusions obtained from this research were, on one hand, the need of more vertical integration in the studies and more coordination between the different formative levels. On the other hand, the importance of increasing the implication of the private sector for studies to be more adapted to sector's reality, and the need of tourism education to be more related to technological innovation and to the new trends of tourism demand and supply. However, these failures contrast the positive data regarding the increasing of tourism students in university and the progressive improvement of their education.

Keywords: education; tourism; qualitative; discussion group

Analyse de la formation dans le tourisme en Espagne: perspectives du secteur public et privé à partir d'une approche qualitative

Résumé: L'incorporation relativement récente des études de tourisme au domaine universitaire, jointe à la réalité dynamique et changeante du système touristique, devient nécessaire un examen de la structure et du contenu de ces études. Par conséquent, cet étude présente une analyse des principaux points forts et des faiblesses de l'enseignements du tourisme par l'exploration théorique des différentes étapes de mise en œuvre de la mesure et la réalisation d'une analyse quantitative à travers neuf groupes de discussion où les acteurs du tourisme du secteur public et privé ont participé dans tout le territoire espagnol. Les principales conclusions tirées de cette recherche ont été d'une part le besoin d'une plus grande intégration verticale à l'école et donc une plus grande coordination entre les différents niveaux formatifs. D'autre part, on souligne l'importance d'accroître la participation du secteur privé pour que les études soient mieux adaptées à la réalité du secteur et la nécessité de développer une formation plus liée à l'innovation technologique et en contact avec les nouvelles tendances de l'offre et de la demande touristique. Cependant, ces lacunes sont opposées à des données positives en ce qui concerne l'augmentation du nombre d'étudiants en tourisme dans les universités et l'amélioration progressive de leur formation.

Mots-clés: éducation; tourisme; étude qualitative; groupe de discussion

Introducción

El mercado turístico actual se desarrolla en un contexto en el que la demanda está cada vez más y mejor informada, con consumidores más expertos y exigentes que buscan experiencias innovadoras (Cuadrado-Roura & López, 2015) por ello se requiere de un sistema turístico capaz no sólo de satisfacer los deseos y las necesidades de los clientes, sino de superar sus expectativas. Esta coyuntura pone de manifiesto la importancia de la gestión de personas como una de las estrategias fundamentales para ser competitivo y diferenciarse del resto de destinos (Gómez, 2010; Lillo- Bañuls & Casado-Díaz, 2011; Magaña, 2014; Texeira et al., 2015).

A pesar de la creciente competencia entre destinos turísticos y un mercado en el que la oferta turística mundial se ha ido multiplicando en los últimos años (Texeira et al. 2015), España continúa ocupando los primeros puestos a nivel mundial en número de llegadas internacionales de turistas (OMT, 2015).

Si revisamos el pasado, encontramos que la formación turística en España estuvo durante años ligada a títulos no oficiales centrados en aspectos empresariales y de idiomas, sin llegar a la profundización que exige una completa profesionalización (Sepúlveda & Plumed, 2015). Si bien la educación superior en Turismo mejoró notablemente con la creación de la Diplomatura en Turismo, el nivel seguía siendo insuficiente en cuanto a su grado de especialización e investigación. Con la incorporación de España al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), la formación en turismo por fin se equiparó a otras áreas de conocimiento tradicionalmente más reconocidas, facilitando la creación, además, de másteres oficiales y programas de doctorado.

Esta profunda reforma que vivió el sistema de educación superior en España por la aplicación del Plan Bolonia ha superado ya los diez años, lo cual permite un análisis de su desarrollo hasta la fecha de cara a establecer propuestas de mejora que permitan al sector seguir formando los profesionales que necesita. Con este objetivo, el presente trabajo no sólo presenta un análisis de la evolución de la formación en turismo en España, sino que estudia la situación actual desde las perspectivas del sector público y privado a través de diez grupos de discusión que permiten recoger un resumen completo de las opiniones y propuestas del sector.

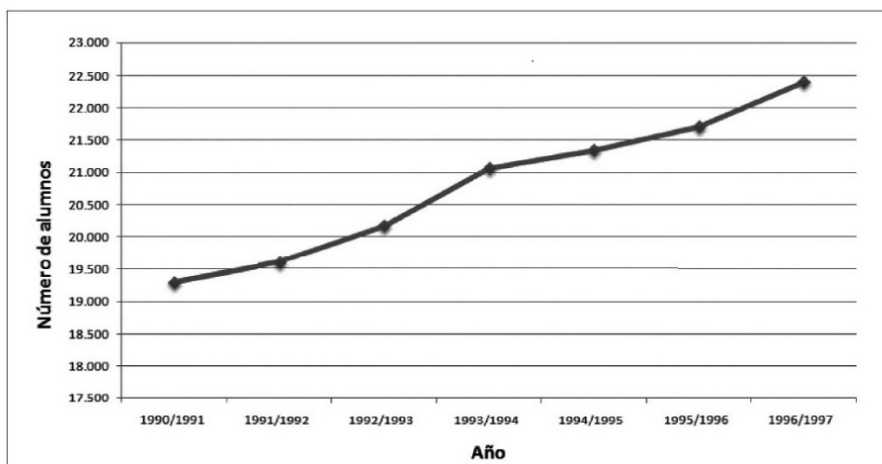
La formación en turismo en España

A pesar de la posición líder de España como destino turístico, el desarrollo de la formación en Turismo en este país ha sido más lenta que en otros países europeos. La primera etapa se inicia en 1957, año en el que se crea la primera Escuela de Turismo por parte del Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP). La formación que ofrecía esta escuela era de tres años e incorporaba teoría y práctica a través de un plan de

estudios que pretendía adaptarse a las necesidades de un sector que había arrancado con fuerza en el país (Sepúlveda & Plumed, 2015). No obstante, no es hasta el año 1963, con el Decreto de 7 de septiembre de 1963, cuando dan comienzo los estudios oficiales de turismo con la creación de la Escuela Oficial de Turismo (EOT) que adaptó los estudios del CENP creando el título de Técnico de Empresas Turísticas (TET). Si bien este plan estuvo vigente durante diecisiete años, fue el propio sector empresarial turístico el que demandó una nueva titulación, lo cual llevó a la creación del título de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas (TEAT), por el Real Decreto 865/1980 de 14 de abril.

Esta nueva titulación, también de tres años, equivalía al título de diplomado universitario y reforzaba la formación en gestión empresarial respecto al anterior TET. De acuerdo con Vera e Ivars (2001), este nuevo planteamiento respondía a la concepción que iba adquiriendo el sector turístico en el país, definiéndose como pilar fundamental del desarrollo económico español. Coincidiendo con este momento de cambio se impulsa el crecimiento de escuelas oficiales en todo el país, con un aumento constante de alumnos, tal y como refleja el gráfico 1 que muestra datos recogidos en 65 centros españoles.

Gráfico 1
Evolución de alumnos matriculados en TEAT (1990-1997)



Fuente: Sepúlveda y Plumed (2015)

No es hasta 1996 cuando se decide, finalmente, incorporar estos estudios a la Universidad de forma oficial a través del Real Decreto 259/1996 que oficializa la obtención de la Diplomatura en Empresas y Actividades Turísticas, transformando el TEAT en DEAT. Asimismo, se daba la posibilidad a las escuelas privadas de turismo de incorporarse también como escuelas universitarias (Ceballos et al., 2010). Sin embargo, el DEAT no sería más que un título de transición ya que sólo unos meses después, a través del Real Decreto 604/1996, se establecía la titulación oficial de Diplomado en Turismo (DT), siendo por tanto el primer título oficial de turismo plenamente integrado en la universidad y, como consecuencia, sometido a la normativa universitaria (Vera & Ivars, 2001). Esta nueva diplomatura seguía consistiendo en tres cursos y un mínimo de 180 créditos, incorporando la perspectiva de la gestión pública del turismo y manteniendo las partes de gestión empresarial, jurídica, humanística y cultural. Sin embargo, se reducía la formación en idiomas, siendo ésta una de las mayores críticas en comparación con el TEAT.

A pesar del logro que supuso la creación del título de DT y de la alta demanda que tuvo a partir de su incorporación oficial a la Universidad (ANECA, 2004), seguía estando en desventaja frente a titulaciones superiores como las Licenciaturas en Administración y Dirección de Empresas, Geografía o Sociología. Por este motivo hubo propuestas desde la parte académica del sector a favor de la creación de una Licenciatura en Turismo, tal y como recoge el mencionado Libro Blanco del Grado en Turismo de ANECA (2004). A pesar de que esa titulación nunca se hizo realidad, varias universidades atendieron de alguna forma esa demanda creando la especialidad en Dirección de Empresas Turísticas dentro de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas o permitiendo la realización de dos diplomaturas (Turismo y Ciencias Empresariales) al mismo tiempo, consiguiendo la doble titulación cursando sólo un año más.

Sin embargo, con la homogeneización del EEES, la diferencia entre diplomaturas y licenciaturas iba a desaparecer. El llamado proceso Bolonia supuso para España la desaparición de los títulos universitarios existentes y su consecuente sustitución por los actuales títulos de Grado, Máster Universitario y Doctorado. De esta forma, el sector académico turístico conseguía equipararse al resto de titulaciones universitarias, dando la posibilidad a los formados en Turismo no sólo de continuar y ampliar su formación a través de un Máster Oficial en su área, sino de desarrollar una carrera investigadora y docente gracias a la posibilidad de acceder al Doctorado sin necesidad de cambiar el área de conocimiento, como ocurría con la anterior DT.

Así, el Grado en Turismo aumenta la duración de la formación a cuatro años y, como consecuencia de la incorporación al EEES, se facilita la movilidad nacional e internacional y se incide en la obtención de competencias, y no sólo conocimientos teóricos. Paradójicamente, se aprobaron antes los planes de estudio de Máster Oficial

y Doctorado que los de Grado a través del Real Decreto 56/2005, que supuso la creación y transformación de numerosos másteres de carácter académico, profesional o de investigación, permitiendo el acceso al Doctorado, lo que supone un gran salto cualitativo y cuantitativo para el I+D+I del Turismo en España.

Más de diez años después del comienzo del sistema actual de formación superior en Turismo en España, el presente estudio pretende comprobar cuáles son las principales problemáticas y necesidades que se están detectando tanto desde el sector público como desde el privado con el fin de realizar un diagnóstico sobre la eficiencia de la formación en Turismo actual y proponer una serie de medidas que aboguen por la mejora continua de la misma.

Método

El presente artículo se ha realizado con los datos recogidos en el marco del proyecto realizado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Universidad Nebrija sobre el modelo de eficiencia del turismo en España (Figuerola et al. 2015).

Se aplicó una metodología cualitativa con un nivel de análisis exploratorio y cuya herramienta de recogida de datos fue el grupo de discusión, instrumento nos permite tener una visión holística de la realidad objeto de estudio. La realización de los grupos de discusión perseguía la identificación de los siguientes objetivos específicos:

- Tipificación de las principales problemáticas que acechan el modelo turístico español y su relación con la formación.
- Detección de aquellas soluciones que pueden ayudar a paliar los problemas identificados con anterioridad.
- Determinación de los puntos claves de formación alrededor de los cuales se debe desarrollar el modelo turístico futuro de España.

Muestra

La muestra de participantes de los grupos de discusión de este estudio estuvo compuesta por 89 individuos de los cuales el 83% fueron hombres y el 17% mujeres. A la hora de seleccionar a los participantes se acordaron unos criterios mínimos de homogeneidad-heterogeneidad (Navarro & Díaz, 1999) para mantener la simetría de la relación de los componentes de los grupos, y así asegurar la diferencia necesaria de puntos de vista en todo el proceso de interacción social. En este sentido las categorías sociales relevantes aplicadas para la selección de la muestra y así mantener este criterio previo fueron: procedencia geográfica y ámbito de actividad laboral relacionada con el Turismo.

La Tabla 1 presenta la distribución de frecuencias de la variable situación geográfica. El 30.4% del total fueron participantes de la comunidad de Madrid, un 11.24% de varias comunidades, entre ellas, Canarias, Barcelona y Málaga. En la muestra total de participantes de los grupos han sido representadas más de nueve Comunidades Autónomas.

Tabla 1
Distribución de la muestra por provincias

Provincia	Frecuencia	Porcentaje
Madrid	27	30,34%
Las Palmas	10	11,24%
Barcelona	10	11,24%
Málaga	10	11,24%
Valladolid	9	10,11%
Pontevedra	8	8,99%
Zaragoza	8	8,99%
Baleares	7	7,87%
Total	89	100%

Por otra parte, la totalidad de los expertos participantes en los grupos de discusión proceden del sector turístico; no obstante, dentro de dicho sector se identificaron distintos perfiles según el tipo de actividad desarrollada tanto de contextos públicos como privados. La tabla 2 presenta la distribución porcentual de frecuencias de la variable ámbito de actividad turística.

Tabla 2
Distribución de la muestra por ámbito de actividad

Ámbito	Frecuencia	Porcentaje
Formación	19	21,35%
Consultoría	11	12,36%
Alojamientos	10	11,24%
Otros	8	8,99%
Adm. Pública	7	7,87%
Intermediación	7	7,87%
Asoc. Profesionales	7	7,87%
Institución	7	7,87%
Tecnología	4	4,49%
Transporte aéreo	3	3,37%
Información turística	2	2,25%
Restauración	2	2,25%
MICE	2	2,25%
Total	89	100%

Cada grupo estuvo formado entre 10 y 11 participantes y la heterogeneidad de la muestra permitió que en todas ellas existiera un debate fluido entre los participantes que enriqueció de forma notable el discurso.

Instrumento

En el ámbito de las ciencias sociales el grupo de discusión es una de las técnicas cualitativas de mayor tradición investigadora (Ibáñez, 1986; Morgan, 1988). Se ha elegido esta técnica por ser la más adecuada para contraponer las diferentes opiniones de expertos sobre la pertinencia de la realización de la presente investigación, así como las diversas aportaciones que se deben aplicar para la reformulación del producto turístico español.

Los grupos de discusión realizados en este trabajo de investigación se han llevado a cabo en a través de las siguientes fases:

- **Fase previa. Elaboración del guión de la dinámica de grupo.** Se elaboró un guión formado por varios bloques: un primer bloque donde se instaba a los expertos a presentarse; un segundo bloque se preguntaba acerca de los problemas más relevantes existentes en el turismo Español; y un tercer bloque durante el cual los diferentes expertos discutían acerca de las soluciones que se podían aportar a las diversas problemáticas esgrimidas con anterioridad.
- **Fase 1. Formación, constitución y orientación del grupo.** Se creó una base de datos con los contactos de los más prestigiosos expertos del turismo de España, pertenecientes tanto al sector público como privado. Se contactó con todos ellos a través del e-mail y posteriormente se confirmó su asistencia vía telefónica.
- **Fase 2. Inicio del grupo: establecimiento de reglas y/o normas para la discusión.**
- **Fase 3. Solución de conflictos, dependencia del moderador/a, asunción grupal de responsabilidad.**
- **Fase 4. Desempeño de la tarea: eficiencia máxima del grupo**
- **Fase 5. Síntesis final y valoración grupal**
- **Fase 6. Transcripción de los grupos de discusión**
- **Fase 7. Análisis del discurso.**

Procedimiento

Se han llevado a cabo un total de 10 grupos de discusión a lo largo de varios meses (periodo noviembre 2013-marzo 2014) distribuidos por la geografía española, realizando los mismos en destinos tanto de costa como de interior (ver localizaciones en Tabla 1).

En general, tuvieron una duración de unas 2 horas aproximadamente, estructuradas a lo largo de tres bloques: un primer bloque donde se explicó brevemente la problemática objeto de discusión; un segundo bloque en el que los participantes se han presentado brevemente señalando el vínculo que les unía con el tema objeto de la investigación; y un tercer bloque dedicado a la discusión abierta entre los expertos presentes en el grupo. Todos los grupos de discusión fueron registrados en formato vídeo para facilitar la transcripción y el análisis del discurso.

Análisis

El análisis se ha realizado siguiendo la metodología enunciada por Glasser y Strauss (1967): la "Teoría Fundamentada o Grounded Theory". De la mencionada teoría se han utilizado procedimientos internos, concretamente el "método comparativo constante"¹ que consiste en la identificación de una serie de "categorías temáticas" agrupadas en "familias" cuya comparación permite la enunciación de una serie de hipótesis teóricas.

Para el análisis de los diferentes grupos de discusión se ha procedido a la codificación de los mismos:

Tabla 3 - Codificación de los grupos de discusión

Provincia	Grupo
Madrid	G1
Zaragoza	G2
Valladolid	G3
Pontevedra	G4
Las Palmas	G5
Valencia	G6
Madrid 2	G7
Málaga	G8
Barcelona	G9
Baleares	G10

En este caso, dentro de la temática de los grupos que se centraba en la formación en turismo en España, se han identificado dos categorías: modelo actual y necesidades futuras.

Resultados

A pesar de que España continua encontrándose entre los primeros países por llegadas internacionales (OMT, 2015), la oferta turística mundial se ha multiplicado en las últimas décadas, configurando un entorno turístico caracterizado por una intensa competitividad entre destinos. En este sentido, el gran dinamismo que caracteriza al sector junto con las nuevas tendencias de la demanda que muestran una demanda más informada, experta y exigente, requiere de un sistema turístico que sea capaz no solo de satisfacer sus necesidades sino de superar sus expectativas. En este contexto, la gestión de personas se configura como una de las estrategias para diferenciarse del resto de países competidores y aumentar la competitividad del turismo español.

En cuanto a la concienciación de la sociedad, a pesar del importante peso del turismo en el PIB² o en la generación de empleo³, parece seguir existiendo cierto desconocimiento por parte de la población acerca del impacto real del sector. Algunos de

los expertos apuestan por la necesidad de desarrollar campañas de concienciación en este ámbito como ya se hiciera décadas atrás.

En referencia al capital humano, la transformación hacia un sector más sostenible, eficiente y competitivo requiere de una atracción y gestión del talento basada en un mayor reconocimiento social y económico del capital humano y en una formación adecuada a las necesidades del sector.

Por un lado, existe un amplio desconocimiento sobre la formación en turismo, las competencias adquiridas así como las salidas profesionales de los diversos niveles educativos relacionados con el turismo. Entre las razones que se esgrimen para justificar esta situación se encuentran la complejidad del mercado laboral, la consecuente multidisciplinariedad de los estudios o la relativa reciente reglamentación de los estudios turísticos en comparación con otras áreas de conocimiento.

G8:M3 El tema de dignificar la profesión, creo que desde el propio desconocimiento de la gente, que no sabe, no valora para lo que valemos, y lo digo como diplomada en turismo, tengo que explicarle a todo el mundo en qué consiste mi carrera, nadie sabe la cualificación que tengo, todo el mundo pensó que era para trabajar en un hotel en una recepción o de azafata.

En este sentido, los expertos demandan la necesidad de tener una oferta formativa de calidad y también que se muestre el sector turístico como un sector atractivo por las múltiples y diversas oportunidades laborales que genera.

A pesar de la amplia y diversa oferta de estudios relacionados con turismo, la formación es desde hace décadas una de las asignaturas pendientes del sistema turístico en España, y así aparece reflejado en la política turística española a través de sus últimos planes⁴ en los que se refleja la necesidad de mejorar la formación y adecuarla a la realidad del sector. Los expertos consultados muestran también esta preocupación.

G9:H5 Esta obsesión que se tiene por el número de turistas y no analizar otros aspectos creo que es un tema de falta de formación grave que se da en los gestores del sector y también lo podríamos trasladar a muchos empresarios donde también se da esta falta de formación.

En este sentido, la formación en turismo en España tiene algunas debilidades importantes como la falta de integración vertical de los diversos niveles formativos y, muy especialmente, el desencuentro entre la formación y las necesidades del sector.

En primer lugar, en cuanto a la integración de los niveles educativos, parece necesaria una mayor coordinación vertical con el fin de establecer claramente las competencias a adquirir por parte de los alumnos de cada nivel formativo así como la capacitación de cara al futuro laboral que les ofrece cada uno de ellos. En algunas ocasiones, se producen solapamientos entre la formación que se ofrece en los niveles de formación profesional y el Grado en Turismo así como entre este último y los programas de Master.

G6:H4 *Tenemos una formación turística desde un grado medio de la formación profesional hasta un doctorado, que hacen necesario una integración vertical de todos esos estudios.*

G6:H4 *Un grado superior de hostelería está compitiendo con un graduado en turismo y con un master de turismo para el mismo puesto y eso no lo veo correcto (...) como he comentado antes al final veo una falta de coordinación vertical de todos los estudios de turismo desde la formación profesional hasta el doctorado.*

En segundo lugar, encontramos un desequilibrio entre la oferta formativa y la realidad del sector empresarial, desequilibrio presente en diversos ámbitos ya que como se mencionaba anteriormente, la oferta formativa en turismo es muy amplia, si bien parece no adecuarse a las necesidades reales del sector.

G8:M1 *Y qué es lo que está pasando, es que oferta hay, oferta hay muchísima en la formación de la hostelería y el turismo, seguramente que esa oferta no se adecua a los perfiles y a las necesidades de las personas que están demandando en ese mercado de trabajo.*

A pesar de que la adaptación al EEES hizo que algunas Universidades afirman que consultaron al sector privado para la elaboración de sus planes de estudios, la distancia entre los responsables educativos y el sector parece seguir siendo importante.

G4:M3 *Cuando nosotros cambiamos el plan de estudios y eso fue hace tres años, nosotros preguntamos al sector, preguntamos a hoteles grandes, hoteles pequeños, hoteles nacionales y hoteles internacionales, y le dijimos ¿Cuáles son las competencias que tiene que tener el profesional del futuro?*

G6:M3 *Quizá los planes de estudios no han sido lo que el sector ha demandado porque realmente hemos estado alejados del sector; esta es una crítica que le tenemos que hacer a todas las universidades.*

En este sentido, especialmente el grupo de expertos pertenecientes a las Universidades, públicas y privadas, afirman que existe una relativa falta de interés y participación del sector privado para comunicar a las universidades las nuevas competencias que demandan a sus empleados. No hay suficiente cooperación entre universidad y empresas.

G6:H4 *Cuando pedimos que se hagan reuniones con los profesionales para que expongan cuáles son las necesidades de los nuevos planes de estudio, lo que nos encontramos es que no acuden y, al final, terminamos haciendo el mismo tipo de planes que veníamos haciendo hasta ahora.*

Una de las consecuencias de este alejamiento y falta de comunicación es que, por un lado, el sector turístico no encuentra los perfiles profesionales que necesita y, por otro, hay una gran cantidad de futuros profesionales turísticos que se enfrentan a un futuro profesional incierto.

G6:H4 *Destaca el desconocimiento que tiene el sector privado de todos estos estudios pues resulta que tenemos a 200 estudiantes nuevos que entran cada año en el grado de turismo y yo no sé qué futuro van a tener, y me entran 40 estudiantes nuevos en el master cada año, y no sé qué futuro van a tener...*

Otro de los puntos de desencuentro que existen entre la realidad empresarial y los planes formativos está directamente relacionado con los contenidos y competencias presentes en los diversos planes de estudios relacionados con turismo. Las nuevas tendencias de la demanda, la incorporación de las nuevas tecnologías al sector, los cambios generados en la distribución turística o las nuevas formas de promoción y comercialización hacen necesaria también una transformación profunda de cómo se ha entendido la formación turística hasta ahora.

G4:H3 *En el sector privado ha habido un cambio en los criterios a la hora de incrementar nuestras plantillas o las personas con las que trabajamos, un cambio radical porque las circunstancias han sido radicales.*

El sector reclama la necesidad de una adaptación real de estos contenidos a sus necesidades, conocimientos sobre idiomas, nuevos productos turísticos, las tendencias de la demanda o sobre nuevas tecnologías.

G7:M3 *Existe una necesidad real de que los programas, planes de estudios se actualicen, se modernicen, con temas que estén a la orden del día para que ellos cada vez se sientan más preparados.*

G9:H9 *Estos operadores turísticos adolecen de gente profesional dedicada al turismo deportivo, turismo de salud, buenos intérpretes del patrimonio (...) necesitamos gente con imaginación con ganas de hacer cosas nuevas.*

La formación práctica es también uno de los requisitos que demanda el sector pues de este modo los trabajadores llegarían mejor preparados a la empresa y no se tendría que invertir tanto dinero en formación

G4:H2 *Es un modelo de enseñanza donde se enseña siempre lo mismo y el alumno no aprende, creo que hay que buscar una tendencia en la que los estudiantes aprendan cosas que después realmente apliquen.*

El sector requiere personas que posean determinadas habilidades necesarias para desenvolverse en el mercado laboral turístico, como habilidades necesarias para el trato con el cliente o habilidades comerciales.

G4:H3 *Queremos vendedores, vendedores entendido desde el punto de vista comercial interno y externo de la empresa, me refiero a que hay que venderse tanto uno mismo como a la empresa en la que trabajas.*

G4:M3 *Sí que busca siempre esa parte que no son los conocimientos técnicos que para eso es que ya estamos aquí, sino, la parte de valores, de aptitudes y si realmente tiene esa capacidad de empatizar, si es una persona sensible, si es capaz en ponerse*

en el lugar de los demás y sobre todo si tiene ese espíritu de ser hospitalario, al fin y al cabo.

El sector demanda un perfil de personas activas, dinámicas, con capacidad de adaptación a entornos cambiantes, es decir, una persona flexible.

G6:H7 Cuando yo voy a contratar a alguien cojo los currículos pero no es lo mismo un recepcionista que si necesito una subdirección que miro primero la formación, miro si ha viajado, si habla idiomas, miro la experiencia (...) estoy en formación de empresa por tanto estoy con la gente que viene a hacer prácticas con nosotros y hay gente buenísima y hay otra que es mala con todo esto.

Además de las debilidades detectadas sobre las competencias, formación práctica o habilidades de los futuros profesionales, los expertos consideran también que es en el nivel directivo donde estas debilidades se hacen más relevantes.

G9:H4 Somos buenos en formación media, en formación básica pero no estamos en condiciones, desgraciadamente y por múltiples motivos, de ofrecer formación directiva- (...) mi planteamiento sería que consultores, escuelas de negocios, universidades, patronatos, asociaciones y sindicatos nos planteáramos tratar de crear un gran centro educativo al estilo de Cornell.

Una de las reclamaciones es que, a pesar de que España se sitúa entre los países líderes por turismo internacional y de que hay algunos buenos centros de formación, no tenemos ese papel de líder en el ámbito de la formación.

G9:H3 El nivel de la formación profesional superior creo que se ha desarrollado con éxito, pero ahora también soy partidario de crear una superestructura como podría ser la de la Cornell porque es un referente de la hostelería (...) por tanto un país que aspira a liderar el tema turístico bien lo debería de liderar en el tema de formación turística también.

Sin embargo, en general, los expertos relacionados con las Universidades consideran que la formación universitaria ha mejorado en los últimos años, especialmente con la incorporación del EEES.

G9:H1 Los alumnos están cada vez mejor formados. Las universidades estamos decididas a apostar por tres áreas básicas que son gestión de empresas, idiomas y la experiencia práctica y a mí me parece que en eso hemos crecido bastante.

No obstante, es pronto todavía para saber si estos nuevos planes de estudios del Grado en Turismo se adecuan o no a las necesidades del sector ya que su incorporación en las Universidades más pioneras– comenzó en el curso 2007/2008 habiendo por tanto únicamente tres promociones que se han incorporado al mercado laboral.

Conclusión

Los resultados ponen de manifiesto la relevancia de tener un buen sistema educativo en turismo basado en la innovación y la calidad, para aumentar la competitividad y eficiencia turística de España. Sin embargo, para llegar a alcanzar este objetivo así como los marcados por ANECA (2004) se deben mejorar ciertos aspectos que se han destacado como imprescindibles por los expertos.

En primer lugar, pese a la relevancia del sector turístico español desde el punto de vista económico, el turismo debe ganar reconocimiento como disciplina universitaria. Para ello, es importante que exista una mayor integración vertical de los estudios y por tanto una mayor coordinación entre los diferentes niveles formativos.

Por otro lado, se han detectado fuertes diferencias entre la formación que se está impartiendo y las necesidades del sector, diferencias que responden a una falta de implicación por parte del sector empresarial.

Por último, los especialistas han indicado la importancia de impartir una formación más práctica y actual muy ligada a la innovación tecnológica y en contactos con las nuevas tendencias de la oferta y la demanda turística.

Para poder paliar estas problemáticas, consideramos importante la implementación de una serie de medidas que se pueden concretar en las siguientes:

- Creación de una red de centros educativos en turismo que abarque todos los niveles formativos para poder mejorar la integración vertical de los estudios.
- Generación de procesos que mejoren la participación del sector en la realización de planes formativos.
- Apoyar la investigación en turismo mediante sistemas de incentivos para que haya un mayor reconocimiento académico de esta disciplina.
- Fomentar la participación del profesorado en congresos para poder actualizar sus conocimientos.
- Integración de profesionales del sector como profesorado de los centros formativos y utilización del estudio de caso como metodología de enseñanza para dar un enfoque más práctico a la formación.

Reconocimientos

Esta investigación ha sido financiada a través del proyecto de investigación “Estudio para la reformulación del producto turístico español” a través de la Escuela de Organización Industrial (EOI) siendo IP Dr. Manuel Figuerola Palomo y cuya referencia es: PS20130715reformulaturismo.

Notas

- ¹ El método comparativo constante se basa en la búsqueda de semejanzas y diferencias entre los diferentes incidentes para poder de este modo generar conceptos basados en “patrones de comportamiento que se repiten” (Trinidad et al. 2006).
- ² En el año 2015 el turismo supuso el 11,7% sobre el PIB de España (Exceltur, 2016).
- ³ El empleo en el sector turístico creció en 2015 un 5,5% más que en el año anterior, superando al resto de sectores de la economía española (Exceltur, 2016).
- ⁴ La relevancia de la formación en turismo aparece como uno de los elementos clave para mejorar la competitividad de España como destino turístico en el Plan Horizonte 2020 y en el Plan Nacional e Integral de Turismo.

Referencias Bibliográficas

- ANECA –Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación (2004). *Libro Blanco del Grado en Turismo*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- Ceballos, C., Arias, C., Ruiz, A., Sanz C., & Vázquez, I. (2010). La formación en turismo en España: pasado, presente y futuro en el Nuevo Espacio Europeo de Educación Superior. *Cuadernos de Turismo*, 25, 45-68.
- Cárdenas-García, P. J., Pulido-Fernández, J. I. & Carrillo-Hidalgo, I. (2016). Adquisición de competencias en el Grado de Turismo mediante el aprendizaje basado en estudios de caso. *Aula Abierta*, 44, 15–22. DOI= <http://dx.doi.org/10.1016/j.aula.2015.05.002>
- Cuadrado-Roura, J.R. & López, J. M^a. (2015). El turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española. *Documentos de Trabajo (IAES, Instituto Universitario de Análisis Económico y Social)*, 4, 2-29.
- Exceltur (2016). *Informe perspectivas turísticas nº 55. Valoración turística empresarial de 2015 y perspectivas para 2016*. (Disponible en: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2016/01/INFORME-PERSPECTIVAS-Balance-del-a%C3%B1o-2015-y-Perspectivas-2016-WEB.pdf>, consultado en noviembre de 2016)
- Figueroa, M. (2004). La organización técnica y administrativa de la política económica del turismo. Especial referencia al caso español. *Quaderns de Política Econòmica*, 7, 9-34
- Figueroa, M., Fernández, J. J., Gómez, D. & Martín, C. (2015). *La eficiencia del modelo turístico español*. Madrid: EOI.
- Glasser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York: Aldine publishing
- Gómez, S. (2010). La experiencia de un diseño curricular en turismo basado en un modelo por competencias profesionales. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(1), 139-156.
- Guevara, A. & Caro, J. L. (2006). Situación, evolución y análisis de los estudios de turismo en Andalucía dentro del contexto de España. *Informe Anual del Turismo en Andalucía*, 455-521.
- Ibáñez, J. (1986). *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo Veintiuno de España.

- Kong, A. P. (2015). The dilemma facing higher education and industry in tourism and hospitality. *Springer Plus*, 4, 2. DOI= <http://dx.doi.org/10.1186/2193-1801-4-s2-p2>
- Lillo- Bañuls, A. & Casado-Díaz, J. M. (2011) Capital humano y turismo: Rendimiento educativo, desajuste y satisfacción laboral. *Estudios de Economía Aplicada*, 29(3), 455-780.
- Magaña, I. (2014). El capital humano especializado en la empresa turística a través de competencias cualitativas hacia la innovación. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 7(16), 1-25.
- Melián, S. & Bulchan, J. (2015). Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo. *Investigaciones Turísticas*, 10, 76-89. DOI= <http://dx.doi.org/10.14198/inturi2015.10.04>
- Morgan, D.L. (1988). *Focus group as Qualitative Research*. Sage University Paper Series. In *Qualitative Research Methods*, 16. Beverly Hills: Sage Publications.
- Navarro, P. & Díaz, C. (1999). Análisis de contenido. In J. M. Delgado & J. Gutiérrez, (Eds.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis.
- OMT (2015) *World Tourism Barometer*, 13. (Disponible en: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom15_01_jan_excerpt.pdf, consultado en mayo 2014).
- Sepúlveda, A. & Plumed, M. (2015). Formación turística en España, 1957-2010: condicionantes históricos, soluciones actuales en el marco del EEES y vínculos con la investigación turística. *Estudios turísticos*, 206, 59-80.
- Silva, I. ; Veloso, A. L. & Keating, J. B. (2014). Focus group: Considerações teóricas e metodológicas, *Revista Lusófona de Educação*, 26, 175-190.
- Teixeira, S., Matos, J. A. & Oom, P. (2015). A model of graduates' satisfaction and loyalty in tourism higher education: The role of employability. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 16, 30–42. DOI= <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhlste.2014.07.002>
- Trinidad, A. de Carrero, V., & Soriano, R.M. (2006). *Teoría Fundamentada (Grounded Theory): la construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas
- Vera, J.F. & Ivars J.A. (2001). La formación y la investigación turística en España: una visión de síntesis. *Papers de Turisme*, 29, 7-27.

Clara Martín-Duque

Universidad Nebrija. Facultad de Ciencias Sociales.
Departamento de Turismo

Diana Gómez-Bruna

Universidad Nebrija. Facultad de Ciencias Sociales.
Departamento de Turismo

Marta Plumed-Lasarte

Universidad Nebrija. Facultad de Ciencias Sociales.

Departamento de Turismo

Email: mplumed@nebrija.es

Juan José Fernández-Muñoz

Universidad Rey Juan Carlos. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

Área de Psicología Social

Correspondência

Marta Plumed Lasarte

Universidad Nebrija. Facultad de Ciencias Sociales.

Departamento de Turismo

Santa Cruz de Marcenado, 27

28015 Madrid

Data de submissão: Novembro de 2016

Data de avaliação: Abril 2017

Data de publicação: Dezembro 2017