

EDUCACIÓN DE TURISMO EN LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA. UN ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL DESEMPEÑO DE SU DIPLOMATURA EN TURISMO

Amparo Cervera Taulat* y María Eugenia Ruiz Molina*

Resumen: El turismo es un sector altamente multidisciplinar y este carácter queda reflejado en los estudios de diplomatura que ha venido ofreciendo la Facultad de Economía en la Universidad de Valencia, en cuya docencia participan 16 departamentos.

El objetivo del presente trabajo es analizar cómo se ha articulado la complejidad de los estudios de Turismo ofrecidos por la Universidad de Valencia y la percepción de los mismos por parte de los graduados. Este análisis permite a los responsables del diseño y la mejora de los estudios de Turismo (grado y postgrado) identificar sus puntos fuertes y áreas susceptibles de mejora en el contexto del proceso de convergencia hacia el Espacio Europeo de la Educación Superior. De esta forma, a través de una orientación de mercado las autoridades académicas tratan de satisfacer los intereses y necesidades de los distintos grupos, es decir, estudiantes, empresas y sociedad.

Palabras clave: Grado de Turismo; graduados; habilidades; expectativas.

Abstract: Tourism is a highly multidisciplinary sector and this feature is reflected in the undergraduate studies provided by the School of Economics at the University of Valencia, in whose teaching activities 16 departments are participating.

The purpose of this paper is to analyze how the complexity of the Tourism degree of the University of Valencia is articulated and its perception by graduate students. This analysis allows people responsible for the design and improvement of Tourism studies (graduate and postgraduate) to identify their strengths and areas for improvement in the scope of the European Higher Education Area. Thus, through a market orientation academic authorities aim at satisfying the interests and needs of stakeholders, i.e. students, companies and society.

Key words: Tourism degree; graduates; skills; expectations.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo tiene un papel significativo en la economía mundial, en la economía española y, expresamente, en la Región de Valencia (Alicante, Castellón y Valencia).

El turismo es la industria de crecimiento más fuerte en el mundo, y nada hace presagiar un descenso en los próximos años. Según los pronósticos de la Organización

Mundial del Turismo (OMT, 2007), las llegadas de turistas internacionales alcanzarán los mil millones de personas y los ingresos internacionales por turismo rondarán los 1.55 billones de dólares hacia el año 2010.

Según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, España recibió un total de 55,6 millones de turistas internacionales que realizaron un gasto por importe de 46.060

* Universidad de Valencia.

Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Amparo.Cervera@uv.es M.Eugenia.Ruiz@uv.es

millones de euros en 2005, siendo uno de los años más dinámicos en el sector.

Una de las principales características de los flujos de turismo internacional en España es su fuerte concentración espacial, con seis regiones que concentran el 90% de los turistas internacionales recibidos en 2005. Según su posición en la clasificación, éstos son: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, la Comunidad Valenciana y Madrid.

El peso del sector turístico en la región valenciana aumenta de forma continuada. Siguiendo el informe de Exceltur (2010) acerca del impacto del turismo en la economía valenciana para 2008, el turismo en la Comunidad Valenciana representa:

- 13,0% del PIB Regional, es decir 13.845 millones de euros (más del 10,5% del PIB para España en su conjunto);
- 12,8% del empleo total (más del 7,5% a nivel nacional), es decir 294.679 empleos relacionados con el turismo;
- 6,5% del total de inversiones;
- 5,2% del gasto público, es decir 983 millones de euros;
- 12,4% de ingresos fiscales totales, es decir 2.291 millones de euros.

El sector turístico de la Comunidad Valenciana se encuentra en la cuarta posición en la clasificación regional en términos producción y número de empresas.

En resumen, la Comunidad Valenciana es una región estratégica para el crecimen-

to y el desarrollo del sector del turismo en España. En un entorno muy competitivo, se requiere formación académica en este área a fin de responder a las necesidades socioeconómicas, profesionales y laborales (Littlejohn y Watson, 2004; Ramos *et al.*, 2004). El papel de los estudios de Turismo es vital para proporcionar la gestión de redes y la comunicación que son vitales para la excelencia en la prestación de servicios turísticos.

A pesar de la importancia antes descrita del Turismo como sector económico, los estudios de grado en Turismo han sido abordados en la literatura en relación a cinco cuestiones básicas:

- Inexistencia de acuerdo en cuanto al contenido de los planes de estudios de Turismo, lo que conduce a la confusión por parte de estudiantes y empleadores, así como a una carencia de reconocimiento profesional (Airey y Johnson, 1999; Ernawati, 2003). Este hecho se ha sido reflejado en el dilema entre asignaturas generalistas (King *et al.*, 2003) y especializadas (Dale y Robinson, 2001);
- Movilidad laboral en el sector turístico (King *et al.*, 2003; Szivas *et al.*, 2003).
- Existencia de meros vínculos informales entre el sector turístico y la investigación académica, lo cual dificulta la transferencia eficiente del conocimiento (Cooper, 2005);
- Importancia de la educación cooperativa en estudios de Turismo y su implementación (Leslie y Richardson, 2000);

- Debate transnacional acerca de cuestiones relativas a los estudios en Turismo, dado el emergente contenido internacional del plan de estudios y la necesidad global de graduados de turismo (Richards, 1998).

Las empresas del sector turístico a menudo contratan a no titulados en Turismo (i.e. licenciados en Administración de Empresas) que son capaces de demostrar las habilidades genéricas requeridas para el desarrollo profesional en esta actividad (Dale y Robinson, 2001). Una vez integrado en la empresa, el titulado debería ser formado en habilidades específicas que en las que no ha sido entrenado en su programa de estudios. En este sentido, Cooper y Westlake (1998) reconocen que la planificación de plan de estudios del grado en Turismo implica la necesidad de demostrar a los grupos de interés eficacia, flexibilidad y capacidad de respuesta. Así, en los últimos años ha habido un acercamiento más coherente al contenido de los estudios en Turismo, centrado en la necesidad del estudiante de aprender a aprender y de ser flexible (Christou, 1999).

La especialización en los estudios en Turismo contribuye a la construcción de relaciones más estrechas entre empresas e instituciones, permitiendo la gestión de redes y la comunicación entre grupos de interés en el sector turístico. Las empresas se beneficiarían de ser capaces de contratar graduados que han alcanzado una valiosa combinación de habilidades genéricas y específicas, mejorando así la experiencia total del consumidor turístico (Dale y Robinson, 2001).

En 1996 los estudios de grado en Turismo fueron implantados en el Sistema de Enseñanza Superior español, lo que supuso una nueva etapa en la formación de profesionales en el sector y la apertura de nuevas posibilidades para el desarrollo de la investigación en el ámbito del Turismo.

Los estudios de turismo han sido definidos como “enseñanzas que tendrán que proporcionar la formación teórico-práctica adecuada para la gestión de organizaciones e instituciones relacionadas con el turismo” (ANECA, 2005).

Desde la implementación de los estudios en Turismo en España, se observa una tendencia ascendente en el número de estudiantes matriculados en el primer curso con cierta estabilización en los años más recientes, de forma similar a otros grados.

Los estudios de turismo ofertados por la Universidad de Valencia son gestionados por la Facultad de Economía y cuentan con una elevada demanda que se concreta en unas tasas de demanda/oferta de matrícula del 127% en el curso 2006-07: 220 plazas de matrícula ofertadas en primer curso frente a 280 plazas demandadas y un total de 494 solicitudes de inscripción en la titulación. De las 220 plazas admitidas, 164 se corresponden a estudiantes que eligieron la titulación como primera preferencia (Universidad de Valencia, 2008).

Al igual que otras instituciones españolas de enseñanza superior, la Universidad de Valencia comenzó un proceso orientado al diseño de su plan estratégico a través del cual se invita a la reflexión acerca de lo que

se ha realizado hasta la fecha con el fin de configurar la futura oferta de estudios de grado en el marco de la convergencia al Espacio Europeo de Educación Superior y su implantación, en el caso del Grado en Turismo, en el curso 2010-2011.

Se considera que esta publicación es un foro apropiado para la discusión del desempeño realizado por la titulación de la Diplomatura en Turismo para la reflexión respecto al desempeño del actual Grado de Turismo como un vehículo educativo para formar a futuros profesionales en este sector competitivo y dinámico. Por lo tanto, el objetivo del presente trabajo es estimular el pensamiento crítico y la discusión acerca de los estudios en Turismo.

II. LOS ESTUDIOS DE TURISMO EN LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA

Hace algunos años, los profesionales y los académicos en el sector turístico exigían estudios específicos en este área a fin de formar profesionales cualificados capaces de incrementar la calidad de la industria turística en la región valenciana.

La Universidad de Valencia respondió a esta demanda con la puesta en marcha de los estudios de la diplomatura en Turismo en 1998-99 en su Facultad de la Economía.

Los estudios de diplomatura en Turismo se configuraban en torno a tres cursos académicos con 180 créditos (véase el Apéndice para detalles adicionales). De estos créditos, la asignatura de Practicum

representa 45 créditos, consistiendo en la formación externa en organizaciones e instituciones turísticas. Adicionalmente, cabe destacar la clara orientación internacional de los estudios de Turismo en la Universidad de Valencia (ver cuadro I). Así, durante el curso 2005/06, se recibieron 20 estudiantes extranjeros frente a 43 estudiantes en la Universidad de Valencia enviados a otras universidades internacionales.

En la Comunidad Valenciana se podían cursar estudios de Turismo en 9 centros públicos y privados que ofrecen casi 1000 plazas. Estas cifras dan una idea de la competitividad existente y de la necesidad de ofrecer soluciones a las demandas profesionales en este sector. Por lo que respecta a las universidades públicas, en la Universidad de Valencia la demanda por parte de los estudiantes excede la oferta de plazas, en la Universitat Jaume I de Castelló la demanda representa alrededor del 90-100% de las plazas ofertadas; y el 75-90% en la Universidad de Alicante y la Universidad Politécnica de Valencia. Estos datos son, por lo tanto, favorables para la Universidad de Valencia en comparación con el resto de universidades públicas en la Comunidad Valenciana.

Los grupos del primer curso en la Universidad de Valencia son muy numerosos, contanto con 80, 92 y 104 estudiantes, según datos de la Secretaría de la Facultad de Economía, excepción del llamado "grupo internacional" –docencia en inglés– "con sólo" 38 estudiantes en el curso 2005-06 y 52 en 2006-07.

La demanda de estudios de Turismo. La titulación de Turismo fue introducida en

Cuadro 1

Universidades con acuerdos Sócrates-Erasmus para los Estudios de Turismo en la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia

Universidad	Sitio Web	Meses	Plazas
International School of Management Dortmund	www.ism-dortmund.de	9	2
Fachhochschule Oldenburg/Ostfriesland Wilhelmshaven	www.fh-oow.de	5	2
Europa-Universität Viadrina Frankfurt-Oder	www.euv-frankfurt-o.de	6	3
Technische Universität Bergakademie Freiberg	www.tu-freiberg.de	9	2
Georg-August-Universität Göttingen	www.uni-goettingen.de	6	3
Université de Cergy-Pontoise	www.u-cergy.fr/	6	4
Institute Universitaire de Technologie de Le Havre	www.univ-lehavre.fr/iut/	6	2
Université du Havre	www.univ-lehavre.fr	10	2
Université de Paris Val-de-Marne París XII	www.univ-paris12.fr	6	2
Technological Educational Institute Crete	www.teiher.gr	6	2
Università degli studi di Foggia	www.unifg.it	9	2
Università degli studi di Milano-Bicocca	www.unimib.it	9	3
Università degli studi di Pisa	www.unipi.it	6	2
Università degli studi di Siena	www.unisi.it	10	2
Università degli studi di Trieste	www.univ.trieste.it	10	5
Informācijas Sistemu Augstskola	www.isma.lv	9	3
Hogeschool Drenthe	www.hsdrenthe.nl	10	2
Universidad de Laponia	www.ulapland.fi/english	9	2
Universidad de Ciencias Aplicadas de Laurea	www.laurea.fi	6	4
Universidad de Yasar	www.yasar.edu.tr	6	2
University of Hertfordshire	www.herts.ac.uk	5	2

Fuente: Facultad de Economía de la Universidad de Valencia. www.uv.es/economia.

la Universidad de Valencia en 1998-1999. Como muestra el cuadro 2, se trata de uno de los pocos estudios con una demanda de tendencia ascendente. Por otra parte, la nota mínima para tener acceso a estos estudios es muy elevada, lo que es una muestra más de la elevada demanda de estos estudios en

relación a la oferta de plazas. De hecho, los estudios de Turismo en la Universidad de Valencia ocupan la posición 18 en cuanto a demanda no satisfecha en relación a todas las titulaciones ofertadas por la Universidad de Valencia (Universidad de Valencia, 2006).

Cuadro 2
Diplomatura en Turismo: evolución de solicitudes,
oferta del plazas y nota mínima de acceso

Curso	Número de solicitudes	Número de plazas ofertadas	Estudiantes matriculados	Nota mínima de acceso
1998-99	443			
1999-00	449			
2000-01	352	125		7,02
2001-02	380	220	219	6,59
2002-03	443	220	219	6,59
2003-04	392	220	170	6,59
2004-05	287	220	233	6,33
2005-06	338	220	235	6,43

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006) y Facultad de Economía.

La calidad de los estudios de Turismo.

En relación con la calidad de la titulación, se deben tener en cuenta dos cuestiones; a saber: el gran número y la heterogeneidad de departamentos de la universidad implicados en el desarrollo de los estudios de Turismo y, por lo tanto, la complejidad para coordinar a todo el personal académico implicado.

En cuanto a los indicadores objetivos de calidad, varios aspectos pueden ser destacados (Universidad de Valencia, 2007):

- La permanencia media de estudiantes para terminar los estudios es de 3,4 años, valor inferior a la duración media de las 20 diplomaturas ofertadas por la Universidad de Valencia.

- El ratio de eficacia (créditos superados/créditos matriculados) es del 77% (por encima del promedio de la Universidad de Valencia que se encuentra en torno al 67%).
- El ratio de éxito (créditos superados/créditos examinados) es del 89% (ligeramente por encima del promedio del 88% para la Universidad de Valencia).
- El ratio de créditos examinados (86%) es muy superior al promedio para la Universidad de Valencia (76%).
- La tasa de abandono (8,6%) es, sin embargo, superior al ratio general para la Universidad de Valencia (7,44). Se re-

quiere un análisis en profundidad acerca de los motivos de esta elevada tasa de abandono. Quizás los factores externos, como el elevado número de estudiantes empleados antes de finalizar sus estudios, así como elementos internos, i.e. la ausencia de ajuste del programa de prácticas en empresas a las expectativas del estudiante o el excesivo tamaño de los grupos, pueden ser la causa del problema.

Entre otras medidas objetivas para evaluar la titulación, se pueden proporcionar algunas conclusiones de un análisis de la Calidad de la Titulación de Turismo realizado para el curso 2003-2004:

- El programa de prácticas en empresas muestra carencias en cuanto a los objetivos formativos, y, aunque resulta accesible para los estudiantes, carece de homogeneidad.
- Existencia de mecanismos de coordinación departamental, pero ausencia de coordinación interdepartamental.
- Ausencia de itinerarios curriculares de especialización, si bien existen algunas asignaturas específicas, i.e. Investigación de Mercados Turísticos y Sistemas de Distribución en el Turismo, que pueden proporcionar una mejor perspectiva en la Gestión de Marketing Turístico.
- La actualización de los contenidos y la investigación en Turismo parecen ligadas informalmente a la voluntad de los docentes.

En cuanto a los indicadores subjetivos de calidad, los estudiantes perciben un nivel

de dificultad bajo (2,3), y niveles más elevados de utilidad (3,42). Estas últimas cifras invitan a la reflexión. Por lo que respecta a la experiencia de los estudiantes en sus estancias en prácticas en empresas y organizaciones turísticas, según encuestas realizadas a titulados en 2005, el 70% de los diplomados de la Universidad de Valencia participó en el programa de prácticas en empresas en 2004-05. Aunque la valoración general no fue muy positiva, existe evidencia a favor de una promoción activa de relaciones con la sociedad dado que el número de empresas demandantes de estudiantes en prácticas excede el número de estudiantes que desean participar en dicho programa. A pesar de la valoración indicada en el nivel general, y según el Vicedecano de Relaciones con la Sociedad en la Facultad de Economía, más del 30% de estudiantes que realizan prácticas en empresas son posteriormente contratados para trabajar en la compañía.

Primer trabajo y trabajo actual. Se puede extraer algunas conclusiones interesantes acerca de la titulación de Turismo a partir de la investigación desarrollada por el ÓPAL (Observatorio de Inserción Profesional y Asesoramiento Laboral) en cuanto a la inserción laboral de los graduados de la Universidad de Valencia (Universidad de Valencia, 2006). Se realizó una encuesta a través de CATI (Entrevistas Telefónicas Asistidas por Ordenador) en base a un cuestionario estructurado a partir de una muestra arbitraria estratificada, obteniéndose 87 cuestionarios válidos para la titulación de Turismo.

Como muestra el cuadro 3, la satisfacción y la lealtad a la institución son altas (6,69 y 95,2% respectivamente), si bien la

Cuadro 3
Diplomatura de Turismo: indicadores generales

Satisfacción con el centro (0-10)	Lealtad al centro (%)	Lealtad al grado (%)	Solicitud acceso - Primera opción (%)	Intención de carrera profesional en turismo (%)
6,69	95,20	35,30	78,20	75,90

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

titulación de Turismo muestra valores muy inferiores (35.3%, el más bajo de la Universidad de Valencia). El 75 % de los encuestados declaró su intención de ser profesional en el sector turístico.

El cuadro 4 muestra la calidad percibida de la formación teórica, la formación práctica y las prácticas en empresa en la titulación de Turismo, cuyos valores se encuentran todos por encima de 5. Aunque

estos valores pueden parecer altos, sin embargo, la formación teórica (6,64) y las estancias de prácticas en empresa (5,82) obtienen los valores más bajos de todas las titulaciones en Ciencias Sociales de la Universidad de Valencia.

La orientación profesional es asimismo valorada positivamente. En este sentido, los estudiantes valoran en gran medida sus estancias en prácticas en cuanto a la prepa-

Cuadro 4
Diplomatura en Turismo: calidad percibida de la formación y la orientación profesional (0-10)

Formación recibida			Orientación Profesional			
Formación teórica	Formación práctica	Prácticas externas	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4
6,64	5,24	5,82	5,44	5,16	4,10	5,10

Ítem 1. Las prácticas externas proporcionan una adecuada preparación para el ejercicio profesional.

Ítem 2. Los docentes conectan adecuadamente los contenidos académicos con la práctica profesional.

Ítem 3. Durante los estudios se recibe suficiente información acerca de las distintas salidas profesionales de la titulación de Turismo.

Ítem 4. La metodología docente facilita la adquisición de competencias y habilidades profesionales.

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

ración para el mercado laboral que las mismas les proporcionan, así como la conexión entre la teoría y la práctica profesional y la utilización de métodos de enseñanza que facilitan el desarrollo de habilidades y competencias profesionales. Sin embargo, se considera que la información acerca de la situación laboral en el sector turístico debe ser mejorada.

En cuanto a las habilidades profesionales adquiridas a lo largo de sus estudios (cuadro 5), todos los ítems recibieron valoraciones positivas, aunque discretas en algunos casos. Así, la capacidad de resolución de los problemas es la que obtiene valores más bajos (5,85) de las titulaciones de Ciencia Sociales, mientras otras competencias como el análisis crítico (6,74), o las habilidades sociales (6,31) si bien muestran valores por encima de 5, en un sector como el turístico, no representan resultados brillantes en comparación con otras titulaciones.

El cuadro 6 muestra la utilidad percibida de las distintas habilidades a la hora de acceder a su primer empleo. En caso de la titulación de Turismo, los programas de estudios en el extranjero consiguen la valoración más elevada (7,55), seguida por la lengua inglesa (6,62), el manejo de la informática (5,86) y la búsqueda activa de empleo (5,76). Otros factores, como el expediente académico (3,79), toman valores por debajo de 5.

En el cuadro 7 se ofrece información acerca de la utilidad percibida de diversas habilidades –formación académica, idiomas e informática– para el desempeño del actual o el último puesto de trabajo. Los graduados señalan la lengua inglesa (7,41) y los conocimientos de informática (7,51) como las habilidades más útiles para desempeñar sus actividades presentes. Estos resultados son coherentes con los obtenidos por King *et al.* (2003).

Cuadro 5
Diplomatura en Turismo: valoración de habilidades adquiridas y capacidades (0-10)

Habilidades interpersonales			Orientación Profesional			Habilidades cognitivas		
Habilidades sociales	Trabajo en equipo	Comunicación oral y escrita	Planificación y gestión de tiempo y recursos	Toma de decisiones	Habilidades directivas	Resolución de problemas	Creatividad	Análisis crítico
6,31	7,21	6,92	6,11	6,02	5,47	5,85	5,74	6,74

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

Cuadro 6
Diplomatura en Turismo: valoración de la importancia de diversos factores para acceder al primer empleo remunerado (0-10)

Ser titulado universitario	Tener un grado determinate	Haber estudiado en UVEG	Expediente académico	Formación de postgrado o similar	Prácticas en empresa	Programas de intercambio internacional
5,94	5,84	4,29	3,79	4,57	4,50	7,55
Inglés	Valenciano	Otros idiomas	Conocimientos de informática	Contactos personales	Búsqueda activa de empleo	Conoc. de técnicas de búsqueda de empleo
6,62	4,30	5,35	5,86	4,51	5,76	4,76

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

Cuadro 7
Diplomatura en Turismo: valoración de la importancia de diversos factores para acceder al último empleo/trabajo actual (0-10)

FORMACIÓN ACADÉMICA			IDIOMAS E INFORMÁTICA		
Formación teórica	Formación práctica	Prácticas externas	Lengua inglesa	Lengua valenciana	Conocimientos de informática
5,17	5,78	5,20	7,41	5,70	7,51

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

Las habilidades de comunicación oral y escrita (8,06) así como las de trabajo en equipo (7,94) y las habilidades sociales (7,58), son señaladas como las más útiles para el desempeño del actual trabajo o del último (cuadro 7). Todas ellas se refieren a habilidades interpersonales.

Analizando las características del trabajo presente/último de nuestros diplomados en Turismo (Ver cuadro 8), pocos de ellos trabajan fuera de la provincia de Valencia (4,65%). El porcentaje de titulados que cuenta con un contrato de trabajo estable es relativamente alto (casi el 50% tiene un

Cuadro 8
Diplomatura en Turismo: utilidad de distintas habilidades
para el último/actual empleo (0-10)

HABILIDADES INTERPERSONALES			HABILIDADES DIRECTIVAS		
Habilidades sociales	Trabajo en equipo	Comunicación oral y escrita	Planificación y gestión de tiempo y recursos	Toma de decisiones	Habilidades directivas
7,58	7,94	8,06	7,10	7,45	6,36
HABILIDADES COGNITIVAS					
Resolución de problemas		Creatividad	Análisis crítico	Búsqueda de información	
7,49		6,45	7,17	7,48	

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior, Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

contrato indefinido), y muestran altos niveles de satisfacción con el contrato (6,98), con el puesto de trabajo (7,64) y con el sueldo (6,08), si bien el salario no es, por término medio, demasiado elevado (1000,7 euros mensuales) en comparación con el sueldo medio de los titulados empleados en otros sectores. De hecho, según la encuesta CHEERS (2007), el sueldo medio para los recién graduados en España es de aproximadamente 16.200 euros anuales, encontrándose los ingresos medios de los diplomados en Turismo por debajo de esta cifra.

Las estadísticas en relación a las perspectivas de empleo para diplomados en Turismo son muy positivas: el 81,40% de los diplomados de la Universidad de Valencia accedió a su primer trabajo en los primeros seis meses tras la finalización de sus estu-

dios y el 93,10% declara encontrarse empleado en el momento de realización de la encuesta. Estos resultados son muy positivos en comparación con los obtenidos para las universidades en Australia y Hong Kong (King *et al.*, 2003), donde sólo la mitad de los encuestados ocupa un puesto de trabajo en el ámbito del turismo y de la hostelería.

Finalmente, al comparar el primer y el último empleo de aquellos titulados que han tenido más de un trabajo, se observa un número muy elevado de contratos indefinidos (35%), aunque existe una escasa conexión entre sus tareas actuales y su formación académica.

Programas de intercambio. Como se ha mencionado anteriormente, los programas internacionales de intercambio son muy

Cuadro 9

Diplomatura en Turismo: características generales del empleo presente/último

Fuera de la provincia de residencia (%)	Contrato indefinido	Categoría profesional acorde con formación	Salario mensual	Satisfacción con el puesto	Satisfacción con el salario	Satisfacción con tipo de contrato
4,65	47,67	39,53	1000,07	7,64	6,08	6,98

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior. Universidad de Valencia, Estudio General (2006).

apreciados por diplomados y estudiantes que los consideran un factor importante de apoyo en la búsqueda de su primer trabajo.

Como muestran los datos sobre estos programas (Universidad de Valencia, 2006), la titulación de Turismo es la única ofertada por la Facultad de Economía que muestra un número inferior de estudiantes recibidos que estudiantes enviados. En particular, 20 estudiantes extranjeros fueron recibidos frente a 43 estudiantes españoles enviados. En cambio, Los datos generales indican que la Universidad de Valencia atrae a más estudiantes (56%) que envía (44%).

III. CONCLUSIONES

El turismo, como actividad económica de importancia crítica para la Comunidad Valenciana y como sector altamente dinámico y competitivo, genera una elevada demanda de profesionales. Ello se traduce en una elevada demanda de los estudios en Turismo por parte de estudiantes que precisan altas calificaciones para acceder a la titulación.

Para la titulación de Turismo en la Universidad de Valencia, el número de solicitudes excede en gran medida el número de estudiantes admitidos y desde la implantación de los estudios no se ha reducido el número de estudiantes matriculados.

Sin embargo, el número de estudiantes por grupo es muy elevado y no resulta compatible con las metodologías innovadoras (Sigala y Baum, 2003) en el proceso de convergencia al Espacio Europeo de Educación Superior, que implica la introducción del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos, basado en la carga de trabajo autónomo del estudiante (Comisión Europea, 2007).

El periodo medio requerido por los estudiantes para finalizar los estudios de Turismo es sólo ligeramente más elevado que su duración teórica (3 años). Los estudiantes perciben estos estudios como de escasa dificultad y utilidad. Este último es un sorprendente resultado que puede ser reflejo de la elevada demanda de profesionales por parte del sector turístico, ya que un elevado nú-

mero de estudiantes encuentra empleo antes de finalizar sus estudios. Este hecho podría explicar asimismo la elevada tasa de abandono de los estudios de Turismo.

Si bien los datos relativos al empleo presente son muy positivos, a la vista del poco tiempo que tardan los estudiantes de turismo en encontrar su primer trabajo y la alta calidad del tipo de contrato (indefinido), la escasa importancia de tener una titulación para acceder a su primer trabajo remunerado abre una línea para la reflexión acerca del sector turístico y del tipo de profesionales que emplea.

Por lo tanto, cabría comparar qué esperan los estudiantes de la titulación en Turismo en relación a lo que realmente se les ofrece. Asimismo, cabría plantearse qué espera la industria turística de diplomados en Turismo. Siguiendo a Churchward y Riley (2002), los aspectos comerciales son fundamentales en los empleos del sector tanto públicos como privados. King *et al.* (2003) observan que las asignaturas relacionadas con administración de empresas y las estancias en prácticas son valoradas por los diplomados como más importantes que las asignaturas especializadas para acceder a su primer empleo. Por el contrario, Dale y Robinson (2001) defienden la idea de que los estudios en Turismo deberían ser más especializados. Se debería realizar investigación adicional acerca de la conveniencia de la inclusión de asignaturas generalistas o especializadas en los planes de estudios de Turismo.

Una cuestión adicional que debe ser analizada es el hecho de que, si bien los di-

plomados en Turismo consideran la participación en programas internacionales de intercambio importantes para su formación y para su futuro laboral, sin embargo no participan de forma mayoritaria en los mismos. Cabe plantear desde el seno de la Universidad cómo podemos promover la propensión de los estudiantes a completar su formación en otros países. La Facultad de Economía mantiene acuerdos internacionales con más de un centenar de universidades.

La titulación de Turismo ha emprendido el proceso de elaboración del PEMRA (Plan de Evaluación y Mejora del Rendimiento Académico) y del Programa de la Evaluación Institucional que han permitido descubrir vías claras para la mejora continua y una mayor adaptación a las necesidades de la sociedad.

Entre otras actividades, los estudios en Turismo celebran jornadas de puertas abiertas para los nuevos estudiantes, ofrecen la posibilidad de recibir docencia en inglés a través de "grupo internacional" y un programa de seminarios específicos. Asimismo, se han firmado acuerdos con asociaciones profesionales relevantes en el sector turístico, organismos públicos y privados, para organizar estancias profesionales en prácticas y obtener su apoyo en cuestiones académicas.

Adicionalmente, y en respuesta a la solicitud de la Conselleria d'Empresa, Universitat i Ciencia, se han organizados varios cursos para la formación específica en calidad de servicio, habilidades y competencias, y experiencias de mujeres directivas en este sector.

Tras el proceso de verificación, la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia acaba de implantar un nuevo título de Grado en Turismo en el contexto del entorno socioeconómico en la región valenciana y cuenta asimismo con un posgrado en Turismo.

El análisis presentado en este trabajo abre líneas para la mejora estratégica de los títulos de grado y postgrado que serán impartidos en el contexto del Espacio Europeo de la Educación Superior y esperamos contar con datos futuros que nos permitan evaluar el desempeño de la nueva titulación de Grado.

Los enfoques implementados con éxito en Dirección Estratégica y Marketing así como la Teoría de Sistemas aplicados a la formación en turismo (Mayaka y Akama, 2007) pueden proporcionar nuevas vías de estimular mejoras en el diseño y la implementación de la titulación en Turismo para este sector multidisciplinar. La importancia y la especificidad de los estudios en Turismo (Dale y Robinson, 2001), así como la actual ausencia general de comunicación interdepartamental en las Universidades en general, han llevado a varias instituciones a crear un departamento de Estudios Turísticos (i.e. Universidad Católica San Antonio en Murcia, Universidad Antonio de Nebrija en Madrid) a fin de anticipar y satisfacer en mayor medida las necesidades formativas tanto de estudiantes como de empresas turísticas, así como contribuir a la investigación multidisciplinar en Turismo.

En la Universidad de Valencia este enfoque multidisciplinar se está desarrollando en el ámbito de la investigación con partici-

pación de profesores e investigadores en plataformas como la Thinktur, que persigue la agrupación de todos los agentes significativos relacionados con el sector turístico español interesados en la aplicación de tecnologías relevantes estratégicamente por su aportación a los objetivos de competitividad, crecimiento económico, sostenibilidad y empleo, así como coordinar y rentabilizar las inversiones, tanto públicas como privadas, en I + D + i. Realidades como ésta mantienen a la Universidad muy cercana a las necesidades del sector y la convierten en un vehículo claro de detección de necesidades de formación.

BIBLIOGRAFÍA

- AIREY, D. y JOHNSON, S. (1999): *The content of tourism degree courses in the UK*. En: *Tourism Management* Vol. 20, pp. 229-235.
- ANECA (2005): Libro Blanco. Título de Grado en Turismo. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. http://www.aneca.es/activin/docs/libroblanco_jun05_turismo.pdf
- CHEERS (2007): <http://www.ciberoteca.com/ediciones/pdf/Cuad20.pdf>
- CHRISTOU, E. (1999): *Hospitality management education in Greece: An exploratory study*. En: *Tourism Management* Vol. 20, pp. 683-691.
- CHURCHWARD, J. y RILEY, M. (2007): *Tourism Occupations and Education: an exploratory study*. En: *International Journal of Tourism Research* Vol. 4, pp. 77-86.
- COMISIÓN EUROPEA (2007): http://ec.europa.eu/education/programmes/socrates/ects/index_en.html
- COOPER, C. (2005): *Knowledge management and Tourism*. En: *Annals of Tourism Research* Vol. 33 No. 1, pp. 47-64.

- COOPER, C. y WESTLAKE, J. (1998): *Stakeholders and tourism education: curriculum planning using a quality management framework*. En: *Industry and Higher Education* Vol. 12 No. 2, pp. 93-100.
- DALE, C. y ROBINSON, N. (2001): *The theming of tourism education: a three-domain approach*. En: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 13 No. 1, pp. 30-34.
- ERNAWATI, D. B. (2003): *Stakeholders' Views on Higher Tourism Education*. En: *Annals of Tourism Research* Vol. 30 No. 1, pp. 255-258.
- EXCELTUR (2010): <http://www.exceltur.org>
- INEM (2004): Información sobre mercado de trabajo. Resumen anual de datos del Observatorio Ocupacional 2003. Instituto de Empleo Servicio Público de Empleo Estatal. http://www.inem.es/ciudadano/p_observatorio.html.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2007): <http://www.iet.tourspain.es/Informes/Documentacion/frontur/NotasMensuales/2006/Coyuntura036.pdf>
- KING, B.; MCKERCHER, B. y WARYSZAK, R. (2003): *A comparative study of hospitality and tourism graduates in Australia and Hong Kong*. En: *International Journal of Tourism Research* Vol. 5 No. 6, pp. 409-420.
- LESLIE, D. y RICHARDSON, A. (2000): *Tourism and cooperative education in UK undergraduate courses: are benefits being realised?*. En: *Tourism Management* Vol. 21, pp. 489-498.
- LITTLEJOHN, D. y WATSON, S. (2004): *Developing graduate managers for hospitality and tourism*. En: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 16 No. 7, pp. 408-414.
- MAYAKA, M. y AKAMA, J. S. (2007): *Systems approach to tourism training and education: The Kenyan case study*. En: *Tourism Management* Vol. 28, pp. 298-306.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2007): http://www.world-tourism.org/index_es.htm
- RAMOS, V.; REY-MAQUEIRA, J. y TUGORES, M. (2004): *The role of training in changing an economy specialising in tourism*. En: *International Journal of Manpower* Vol. 25 No. 1, pp. 55-72.
- RICHARDS, G. (1998): *A European network for tourism education*. En: *Tourism Management*, Vol. 19, No. 1, pp. 1-4.
- SIGALA, M. y BAUM, T. (2003): *Trends and issues in tourism and hospitality higher education: Visioning the future*. En: *Tourism and Hospitality Research* Vol. 4 No. 4, pp. 367-376.
- SZIVAS, E.; RILEY, M. y AIREY, D. (2003): *Labor mobility into Tourism. Attraction and Satisfaction*. En: *Annals of Tourism Research* Vol. 30, No. 1, pp. 64-76.
- UNIVERSIDAD DE ALICANTE (2006): Oferta de plazas en estudios de la Comunidad Valenciana curso 2005-2006. http://www.ua.es/oia/es/estudios/preinscripcion/oferta_plazas.html.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA (2006): Informe estratégico general sobre la incorporación al Espacio Europeo de Educación superior, Universidad de Valencia-Estudio General.
- UNIVERSIDAD DE VALENCIA (2007): Dades Estadístiques Curs 05/06.

ANEXO

PLAN DE ESTUDIOS DE LA DIPLOMATURA DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA

PRIMER CURSO			
Asignaturas	Créditos	Tipo	Duración
Lengua inglesa para turismo I	4,5	T	S
Lengua alemana para turismo I (*)	4,5	T	S
Lengua italiana para turismo I (*)	4,5	T	S
Lengua francesa para turismo I (*)	4,5	T	S
Fundamentos de derecho y legislación	9	T	A
Organización y gestión de empresas I	4,5	T	S
Organización y gestión de empresas: los recursos humanos	4,5	T	S
Recursos territoriales turísticos	9	T	A
Contabilidad	6	T	S
Estructura de mercados	6	T	S
Márketing turístico	6	T	S
Introducción a la economía	6	T	S
TOTAL	60		

(*) Los estudiantes han de escoger una de estas asignaturas por curso.

ABREVIATURAS

- T = Troncal
- OB = Obligatoria
- O = Optativa
- LE = Libre Elección
- S = semestral
- A = anual

SEGUNDO CURSO			
Asignaturas	Créditos	Tipo	Duración
Patrimonio cultural	7,5	T	S
Operaciones y procesos de producción	6	T	S
Lengua inglesa para turismo II	4,5	OB	S
Lengua alemana para turismo II (*)	4,5	OB	S
Lengua francesa para turismo II (*)	4,5	OB	S
Lengua italiana para turismo II (*)	4,5	OB	S
Psicología social del turismo	6	OB	S
Tecnología de la información en turismo	4,5	OB	S
Arte como recurso turístico	4,5	OB	S
Técnicas cuantitativas	4,5	OB	S
Medio ambiente y desarrollo turístico	4,5	OB	S
Política turística I	4,5	OB	S
Asignatura optativa-1	4,5	O	S
Asignatura optativa-2	4,5	O	S
TOTAL	60		

(*) Los estudiantes han de escoger una de estas asignaturas por curso.

TERCER CURSO			
Asignaturas	Créditos	Tipo	Duración
Practicum	15	T	S
Asignatura optativa-3	4,5	O	S
Asignatura optativa-4	4,5	O	S
Asignatura optativa-5	4,5	O	S
Asignatura optativa-6	4,5	O	S
Asignatura optativa-7	4,5	O	S
Asignatura optativa-8	4,5	O	S
Créditos de libre elección	18	LE	S
TOTAL	60		

OPTATIVAS
• Análisis de la coyuntura turística
• Análisis de estados financieros
• Arte como recurso turístico II
• Contabilidad de gestión en empresas turísticas
• Creación de empresas turísticas
• Derecho de la empresa turística y contratación comercial
• Dirección estratégica de las empresas turísticas
• Economía del turismo
• Financiación internacional de la empresa turística
• Geografía de las regiones turísticas mediterráneas
• Gestión de las agencias de viaje
• Gestión de la calidad en el sector turístico
• Gestión de la oferta turística básica
• Gestión financiera
• Habilidades interpersonales y relaciones humanas
• Informática aplicada a bases de datos turísticas
• Lengua inglesa para turismo III
• Lengua alemana para turismo III
• Lengua italiana para turismo III
• Lengua francesa para turismo III
• Márketing de hoteles y restaurantes
• Mercado laboral en turismo
• Organización y sistemas de ventas de los productos y servicios turísticos
• Política turística II
• Psicología de los grupos y organizaciones turísticas
• Razonamiento estratégico y juegos para empresarios turísticos
• Sociología y antropología del turismo
• Técnicas de investigación de mercados
• Tratamiento automático de la información contable
• Tributación del sector turismo
• Turismo y desarrollo sostenible