



LA OFERTA ACADÉMICA DEL NUEVO GRADO EN TURISMO EN LA EUEE DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA Y LAS NECESIDADES FORMATIVAS DEMANDADAS POR EL SECTOR TURÍSTICO

José Luis Jiménez Caballero

jjimenez@us.es

Silvia Caballero Soria¹

silcabsor@alum.us.es

Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones

Universidad de Sevilla

Grupo de Investigación en Finanzas y Turismo

Otras áreas: Educación

Resumen

El trabajo que se presenta realiza un estudio comparativo entre la oferta académica del Grado en Turismo en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de la Universidad de Sevilla, en fase de aprobación, y las necesidades formativas que demanda el sector turístico. Mediante una encuesta a entidades, empresas y corporaciones, con las que la EUEE mantiene acuerdos de práctica, se intenta detectar los puntos fuertes y débiles que la oferta formativa del Centro tiene para el sector profesional. Los resultados muestran que los módulos que desarrollan competencias transversales son más valorados que los que desarrollan competencias específicas modulares. Además, todas las materias del Grado tienen una valoración media o alta. Finalmente, los estudiantes realizan actividades de prácticas en empresa que poseen escaso nivel creativo y baja responsabilidad en la organización.

Abstract

This paper presents a comparative study between the offer of an academic Tourism degree at the Business School in the University of Sevilla, in the process of adoption and the training needs required by the tourism industry. Through a survey of institutions, companies and corporations, with which EUEE maintains placement agreements, we try to identify the strengths and weaknesses of the training Center for the professional sector. The results show that the modules that develop transversal skills are more valued than those that develop specific modules. In addition, all subjects have a medium or high assessment. Finally, students execute work placements that have little creativity and low-level of responsibility in the organization.

¹ Alumna interna del Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones y alumna del Máster Oficial en Dirección y Planificación del Turismo.

1. INTRODUCCIÓN

La construcción de un Espacio Europeo de Educación Superior, iniciada formalmente en 1999 con la Declaración de Bolonia, ha ido avanzado en esta última década y se encuentra próxima a la plena consecución de los objetivos establecidos, que tiene 2010 -compromiso del Gobierno español- como límite para que las enseñanzas estén adaptadas a la nueva estructura.

En nuestro país, el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (en adelante RD 1319/2007), por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, constituye el marco normativo que permite iniciar un proceso de implantación efectivo para los tres ciclos denominados Grado, Máster y Doctorado que conforman la secuencia formativa.

A nivel de Comunidad Autónoma Andaluza en mayo de 2008, la Conferencia de Rectores de las Universidades Públicas Andaluzas decide impulsar la adaptación de las nuevas enseñanzas, constituyendo las Comisiones de Rama, vinculadas al Consejo Andaluz de Universidades (en adelante CAU). Se acuerda que la rama de conocimiento, Ciencias Sociales y Jurídicas, establecida en el Anexo II del RD 1393/2007 se divida en tres ramas: (i) Ciencias Jurídicas, (ii) Ciencias Económicas y Empresariales, y (iii) Ciencias Sociales y de la Educación. De la Comisión de Rama de Ciencias Económicas y Empresariales se configuran las siguientes cinco Comisiones de Título: (i) Grado en Turismo, (ii) Grado en Finanzas y Contabilidad, (iii) Grado en Administración y Dirección de Empresas, (iv) Grado en Economía, y (v) Grado en Técnicas e Investigación de Mercados.

La Comisión de Título del Grado en Turismo fundamenta sus trabajos en el informe de la Comisión de Evaluación del diseño del Título de Grado en Turismo, proyecto impulsado por el Ministerio de Educación y Ciencia, conocido como Libro Blanco de Turismo, en el que se analizan los estudios de Turismo en las Universidades españolas con la finalidad de crear una propuesta de adaptación al EEES.

Sobre esta base y las aportaciones de los representantes de universidades andaluzas presentes, el CAU acordó, además, que una misma titulación de Grado tuviera al menos el 75 por ciento de contenidos comunes en todas las Universidades Andaluzas y que dichas enseñanzas tuvieran garantizado su reconocimiento en el sistema andaluz. Por un lado, el Grado en Turismo viene, así, condicionado en una gran parte por un acuerdo territorial que determina la oferta modular final; por otro, las

universidades gozan de una flexibilidad y libertad en su determinación del 25 por ciento.

De esta forma, en septiembre de 2008, la Comisión de Rama de Ciencias Económicas y Empresariales finaliza los trabajos de elaboración del tronco común para las titulaciones de las Universidades Andaluzas. El título de Grado en Turismo está en condiciones, entonces, de ser desarrollado y completado en el seno de cada Universidad, que en la Universidad de Sevilla (en adelante US) será llevado a cabo por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales (en adelante EUEE) que elabora el Plan de Estudios y la memoria de verificación. Para este propósito, se constituye en Junta de Centro una Comisión específica que debe elaborar la memoria para solicitar la verificación de títulos Oficiales conforme al Anexo I del RD 1393/2007. Ello culmina en la aprobación, por parte de la Junta de Centro, de la citada memoria en octubre de 2008, pasando a la Comisión de Ordenación Académica (en adelante COA) de la US y, posteriormente, al Consejo de Gobierno, que en noviembre de 2008 aprueban la memoria del Grado en Turismo. A continuación, en diciembre de 2008, se obtiene informe favorable por parte del Consejo Social y se remite al Consejo de Universidades para su verificación. La Agencia Andaluza de Evaluación (AGAE) organismo autónomo dependiente de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa debe aprobar definitivamente el título.

En resumen, del proceso descrito podemos destacar que los módulos y materias del Grado en Turismo vienen determinados en un 75% por las Comisiones de Rama y Título de la Comunidad Andaluza. La US y la EUEE han desarrollado sólo el 25% de los módulos y materias restantes del Plan de Estudios, así como la distribución total de asignaturas y Departamentos adscritos. Todo ello ofrece una clara visión de la conformación del título actual y del grado de libertad que han tenido los diferentes colectivos para realizar el producto final.

En otro orden de cosas, la Universidad de Sevilla ha realizado un esfuerzo para la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior de las nuevas enseñanzas que imponen los Grados. La EUEE comenzó en el curso 2003-2004 la experiencia piloto en la titulación de Turismo. Se han dedicado recursos formativos a través de planes como el I Plan Propio de Convergencia Europea, el I Plan de Renovación de las Metodologías Docentes, el I Plan Propio de Docencia, el VII Plan Propio de Relaciones Internacionales, etc.; recursos materiales mediante la dotación de ordenadores portátiles

y otro material electrónico para el profesorado y los estudiantes; y se ha procedido a la adaptación de espacios a las nuevas metodologías docentes.

El nuevo Grado en Turismo cuenta con una implementación efectiva de las metodologías docentes (elaboración de Guías Docentes, plataforma de enseñanza virtual con WEBCT, uso de mandos interactivos en el aula, pizarras electrónicas, tutela de actividades académicas dirigidas, sistemas de evaluación de mayor diversidad); del alumnado, que trabaja con el objetivo de adquirir competencias y no sólo contenidos científicos, y donde la participación y el trabajo personal se constituyen en fuente de aprendizaje; y de los espacios (aulas y salas de menor dimensión).

En definitiva, no estamos ante un cambio en los Planes de Estudio, asistimos a un cambio integral en la formación universitaria, por lo cual debemos observar el nuevo Grado en su vertiente amplia que incluye competencias, prácticas externas, movilidad nacional e internacional, sistema de reconocimiento de créditos por universidades, y formación en valores democráticos, de igualdad y de cultura de la paz.

2. ESTRUCTURA DEL GRADO EN TURISMO EN LA EUEE DE LA US

El Plan de Estudios del futuro Grado en Turismo por la US, siguiendo el art.12 del RD 1393/2007, cuenta con una oferta total de 300 créditos ECTS², de los cuales 240 deben ser cursados por el estudiante para obtener su título. Estos créditos están distribuidos entre materias y asignaturas de formación básica de la rama de conocimiento (60) que serán ofertadas en la primera mitad del plan de estudios, obligatorias (132), optativas (30), prácticas externas (12) y trabajo fin de grado (6). Todas las asignaturas ofertadas, excepto las prácticas externas, tienen una carga de 6 créditos ECTS.

Las diferentes materias y asignaturas del Plan de Estudios de la EUEE de la US se agrupan en 13 módulos, de los que 10 son comunes en todas las universidades públicas andaluzas. Se garantiza, así, que el 75% de las enseñanzas de Grado en Turismo en todas las Universidades Públicas Andaluzas sea equivalente y permita el reconocimiento por el conjunto del Sistema Universitario Público Andaluz. Estos diez módulos se muestran en la tabla 1:

² Cada crédito ECTS equivale a 25 horas de trabajo total del estudiante, compuestas por horas lectivas y no lectivas.

Tabla 1: Módulos comunes del Grado en Turismo en Andalucía (75%)

Módulos	Materias	ECTS
Formación Básica en Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo (60)	Derecho	12
	Empresa	18
	Estadística	6
	Geografía	12
	Economía	12
Economía del Turismo	Economía del Turismo	12
Gestión de Empresas Turísticas	Gestión de Empresas Turísticas	18
Derecho Aplicado al Sector Turístico	Derecho Aplicado al Sector Turístico	6
Planificación Territorial y Turismo Sostenible	Planificación Territorial y Turismo Sostenible	6
Idioma Moderno	Idioma Moderno	12
Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico	Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico	18
Patrimonio	Patrimonio Cultural	12
Informática para la Gestión Turística	Informática para la Gestión Turística	6
Proyección Profesional	Creación de Empresas Practicum Trabajo Fin de Grado	24
TOTAL		174

Para completar los 180 créditos, la Universidad de Sevilla reconocerá hasta 6 créditos por la participación de los estudiantes en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, que se minorarán del número de créditos optativos exigidos por el correspondiente plan de estudios.

Los módulos “Dirección de Empresas Turísticas”, “Análisis Territorial” y “Optatividad”, correspondientes al 25% de las enseñanzas del grado, son propios de la Universidad de Sevilla y pueden observarse en la tabla 2.

Tabla 2: Módulos propios del Grado en Turismo EUEE (US) (25%)

Módulos	Materias	ECTS
Dirección de Empresas Turísticas	Dirección de Empresas Turísticas	30
Análisis Territorial del Turismo	Análisis Territorial del Turismo	6
Optatividad	Optatividad	30
TOTAL		66

La tabla 3 y la figura 1 muestran la importancia que tiene cada módulo de enseñanza-aprendizaje en el título de Grado en Turismo EUEE de la US sobre la oferta total de 300 créditos. Destaca la presencia del módulo “Empresa” con un 30% de la oferta del Grado, que con 90 créditos es el módulo más importante. A cierta distancia le sigue un módulo de especial significación en la titulación como es “Idioma Moderno” (inglés, francés y alemán) con un 14% de la oferta total y 42 créditos. Continúan en orden de importancia los módulos “Economía” y “Geografía” con el 12%,

respectivamente. “Derecho” y “Patrimonio Cultural” aparecen con un 10% (30 créditos) y un 8% (24 créditos), respectivamente. Seguidamente, los módulos “Informática” con un 4% -12 créditos- y “Sociología” con un 2% de la oferta son los de menor presencia en la titulación.

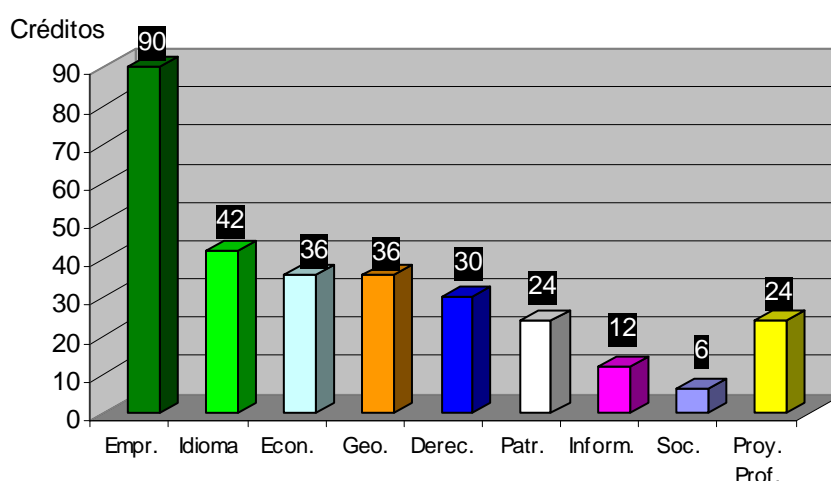
Tabla 3: Módulos del Grado en Turismo EUEE (US)

Módulo	Créditos	%
Empresa	90	30%
Idioma moderno	42	14%
Economía	36	12%
Geografía	36	12%
Derecho	30	10%
Patrimonio cultural	24	8%
Informática	12	4%
Sociología	6	2%
Proyección profesional	24	8%
TOTAL OFERTA	300	100 %

Para terminar, podemos subrayar la inclusión del módulo “Proyección Profesional” de 24 créditos, compuesto por las materias “creación de empresas”, “prácticas en empresa” y “proyecto fin de grado”. Mediante este módulo se intenta desarrollar una serie de competencias y habilidades en el estudiante no contempladas en anteriores planes de estudio, y que el nuevo EEES considera primordiales.

Figura 1

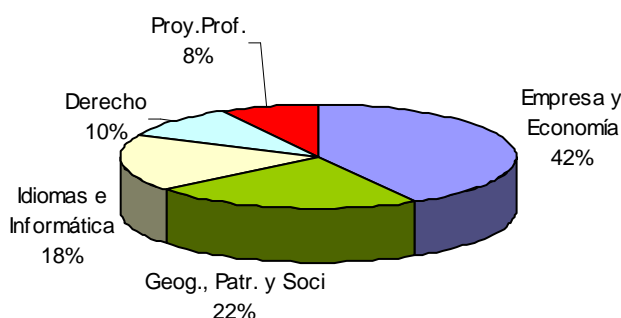
Principales módulos del Grado en Turismo de la EUEE (Universidad de Sevilla)



Por otro lado, en la figura 2 hemos agrupado los módulos en áreas afines u homogéneas. Se observa que los módulos de “Empresa” y “Economía” suponen un 42%

de la oferta global y constituyen la base más importante del Grado. Los módulos de “Geografía”, “Patrimonio Cultural” y “Sociología” concentran el 22% de la oferta; finalmente, módulos transversales como “Idiomas” e “Informática” llegan al 18% de los créditos ofertados.

Figura 2
Áreas del Grado en Turismo de la EU EE
(Universidad de Sevilla)



Llegados a este punto, conocemos la estructura del nuevo Grado en Turismo y sus contenidos. Hay que comentar que en la elaboración del título no sólo han participado los miembros designados por cada Departamento en la Comisión específica, también han estado presentes los estudiantes, el Personal de Administración y Servicios, y dos asociaciones profesionales. Los primeros han podido plantear su visión de los nuevos estudios desde el punto de vista discente; los dos últimos, desde el punto de vista administrativo y profesional, respectivamente.

Es el momento ahora de mostrar la nueva titulación al mundo profesional y recibir sus opiniones.

3. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

La existencia o no de un distanciamiento entre los contenidos, materias, competencias y capacidades alcanzadas en la formación universitaria en el campo turístico y las exigidas por el sector profesional hacen necesario un contraste entre oferta académica y requerimientos profesionales. En este sentido, el objetivo fundamental del presente trabajo es hacer un estudio comparativo entre la oferta académica del futuro Grado en Turismo a implantar en el curso 2009/2010 y las necesidades reales de formación que demanda el profesional del ámbito turístico.

Conviene subrayar que el presente trabajo trata de evaluar ex-post la opinión del sector profesional del turismo, ya que en la elaboración de la memoria del título de Grado en Turismo dicho sector ha estado representado. Así, pues, la Comisión interna de la EUEE para la elaboración de la memoria estaba formada, entre otros, por sendos representantes de la Asociación de Agencias de Viajes, y de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia.

3.1. Metodología de consulta realizada al sector turístico

Se ha elaborado un modelo de cuestionario compuesto por diez preguntas (se puede consultar en el anexo I de este trabajo) que intenta recoger la opinión de expertos en el sector del turismo acerca de aspectos tales como la valoración y ponderación de los contenidos y materias del nuevo plan de estudios, así como la percepción de la preparación y funciones que desempeña el estudiante en prácticas y el egresado universitario. Un bloque de preguntas recoge datos para poder segmentar los resultados obtenidos; el siguiente bloque evalúa el nivel de adecuación que la ponderación de los distintos módulos y materias, de que se compone el Título, tiene para las empresas y corporaciones del ámbito turístico; en último lugar, se intenta evaluar el contenido de la materia “prácticas en empresa” mediante la observación de las funciones que los estudiantes realizan en las empresas con convenio con la EUEE y a través de la percepción de los encuestados acerca de las funciones que deberían realizar.

El cuestionario se ha enviado a los tutores de prácticas de las empresas e instituciones con las que la EUEE mantiene acuerdos de prácticas, 125 en total. Por otro lado, los diecisiete profesores -profesionales del sector-, del Máster en Dirección Hotelera (título propio impartido en la EUEE), han prestado también su colaboración en el estudio, así como otros agentes turísticos. Se han recibido finalmente 55 respuestas.

La encuesta fue alojada y gestionada por el Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías de la Universidad de Sevilla que fue recibiendo las respuestas de los profesionales, y puso a disposición de los investigadores del presente trabajo una dirección web para la descarga de datos.

Los estadísticos utilizados para la interpretación de la información han sido la media y la moda.

En último lugar, los sectores que han participado en la encuesta representan a:

- Agencias de viajes.
- Hoteles.

- Consultorías turísticas.
- Formación de directivos hoteleros.
- Asociaciones de turismo rural.
- Instituciones públicas de ámbito turístico.
- Alquiler de vehículos
- Hostelería y Restauración

4. RESULTADOS

Presentamos, a continuación, los resultados del estudio ordenados siguiendo el cuestionario empleado.

En primer lugar, los subsectores turísticos que han respondido a la encuesta se distribuyen en dieciséis agencias de viajes, una agencia de viajes mayorista, una agencia de viajes de organización de eventos, una empresa de alquiler de vehículos, una asociación de empresarios turísticos, una consultora, veintidós empresas de hostelería y restauración, ocho hoteles, una empresa de organización de ferias y congresos, y dos empresas de la Administración Pública local.

Las respuestas recibidas muestran, por tanto, información diversa de los distintos ámbitos y subsectores que forman el sector turístico, en los que se incluyen los sectores público y privado; los subsectores de hostelería y hotelería; agencias de viajes minoristas y mayoristas; consultoras y asociaciones, empresas de organización de eventos y alquiler de vehículos.

En segundo lugar, los encuestados declaran ocupar los siguientes cargos en sus respectivas corporaciones:

Tabla 4: Cargos ocupados por los encuestados

<i>Cargos</i>	<i>Nº</i>	<i>%</i>
Dirección General	21	38,89%
Jefe/a área	15	27,78%
Dirección área o geográfico	9	16,67%
Técnico	2	3,70%
Gerente	2	3,70%
Responsable de oficina	1	1,85%
Subdirector provincial	1	1,85%
Desarrollo de RRHH	1	1,85%
Dpto. de ventas	1	1,85%
<i>Station Manager</i>	1	1,85%
<i>NS/NC</i>	1	1,85%
TOTAL	55	100%

Los resultados obtenidos confirman que el 83,33% de los encuestados (45 en total) se sitúa en un nivel medio-alto en la jerarquía de sus respectivas organizaciones,

ocupando cargos de Director/a o Jefe/a a diferentes niveles. El resto se sitúa en niveles intermedios de gestión o dirección: técnicos, gerentes o responsables de área.

En relación a la experiencia laboral transmitida por los encuestados del sector turístico –véase tabla 5- se observa que:

Tabla 5: Años de dedicación profesional al sector turístico

Períodos	Nº encuestados
10 años o menos	16
Entre 11 y 20 años	20
Entre 21 y 30 años	12
Entre 31 y 41 años	6
Total	54

Sólo tres encuestados llevan cinco o menos años trabajando en el sector, y más del 70% (38 en total) cuentan con una experiencia de entre 11 y 41 años. Ello aporta consistencia al contenido de las opiniones recogidas en el sector analizado.

Si entramos ahora en la valoración de los bloques o módulos –tabla 6- que son, a juicio de los encuestados, de utilidad profesional para el titulado en Turismo se advierte que:

Tabla 6: Módulos del Grado en Turismo EUEE (US)

Orden Profesional	Módulo	Media	Moda	Orden Académico
1	Idioma moderno	8,89	10	2
2	Informática	8,25	10	7
3	Empresa	8,16	10	1
4	Economía	7,42	8	3/4
5	Patrimonio cultural	6,65	7	6
6	Geografía	6,60	8	3/4
7	Derecho	6,04	6	5
8	Sociología	5,69	5	8

Los módulos más valorados por los profesionales turísticos se refieren, por este orden, a “Idioma moderno”, “Informática” y “Empresa” con 8,89, 8,25 y 8,16 puntos sobre 10, respectivamente. La moda de estas materias se sitúa en 10. A no mucha distancia le siguen “Economía”, “Patrimonio Cultural” y “Geografía” con puntuaciones de entre 7,42 y 6,60, y con modas de 7, 7 y 8, respectivamente. Finalmente, “Derecho” y “Sociología” son los módulos de menor puntuación y moda.

El sector profesional confiere, así, mayor importancia al bloque de “Idiomas”, que en el Grado cuenta con una oferta de 42 créditos, a una gran distancia del módulo “Empresa” con 90 créditos; y al módulo de “Informática” con 12 créditos, que representa un 4% de la oferta total del Grado. El módulo “Empresa”, que figura en primer lugar del Plan de Estudios, con el 30% de los créditos ofertados, ocupa el tercer lugar en orden de importancia en opinión del sector. El módulo “Economía”, con 36 créditos, es valorado por el sector de forma similar al peso asignado en el futuro Plan. El módulo “Patrimonio Cultural” debería ocupar un puesto superior en importancia en la titulación, en opinión del sector turístico. Al módulo “Geografía” se le asigna el 6º

lugar en jerarquía, mientras que en el Plan de Estudios ocupa el 3/4º lugar. Finalmente “Derecho” y “Sociología” son los módulos de menor interés para los encuestados.

La siguiente cuestión se refiere a la opinión del sector acerca de la infra o sobrevaloración de cada módulo en el futuro Grado en Turismo, en relación al peso que tiene en el Plan de Estudios presentado.

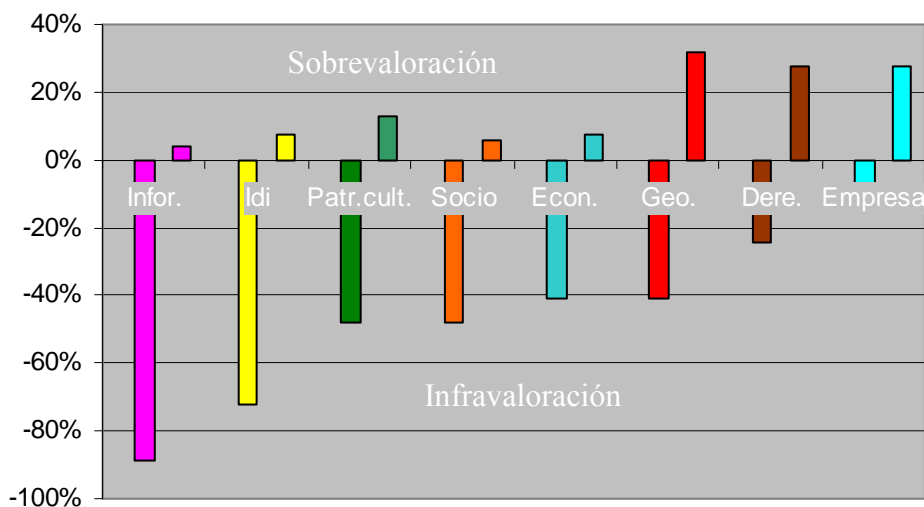
Tabla 7: Infra / sobrevaloración de los módulos del Grado en Turismo (US)

Materia	Peso en Plan de Estudios (%)	i	s	ns/nc
Empresa	30%	7	15	33
Idioma moderno	14%	39	4	12
Economía	12%	22	4	29
Geografía	12%	22	17	16
Derecho	10%	13	15	27
Patrimonio cultural	8%	26	7	22
Informática	4%	48	2	5
Sociología	2%	26	3	26

En la tabla 7 podemos observar como 39 encuestados consideran que el módulo “Idioma Moderno” está infravalorado en el Plan de Estudios de Grado en Turismo, así como el de “Informática”, con 48 opiniones. El módulo “Derecho” aparece ligeramente inclinado hacia las opiniones de sobrevaloración y el de “Geografía” hacia la infravaloración. Casi la mitad de los encuestados piensa que el módulo “Sociología” está infravalorado, y algo menos de la mitad piensa en el mismo sentido respecto a los módulos de “Economía” o “Patrimonio Cultural”. Finalmente, el módulo “Empresa” aparece algo sobrevalorado.

Gráfico 3

Porcentaje de Infra/sobrevaloración de los módulos del Grado en Turismo de la EU EE (Universidad de Sevilla)



Los módulos de clara infravaloración son “**Informática**” e “**Idioma moderno**”, con un 88,9% y un 72,2%, respectivamente, de opiniones en dicho sentido –véase gráfico 3-. “**Patrimonio Cultural**”, “**Sociología**” y “**Economía**” aparecen infravalorados; “**Geografía**” y “**Derecho**” parecen no tener una definición muy concreta en cuanto a la infra/sobrevaloración, y “**Empresa**” es el módulo que figura con mayor perfil de sobrevaloración con casi un 30% de respuestas.

Continuamos, ahora, con la valoración de la importancia de las materias del Grado en el desempeño profesional del egresado turístico.

Tabla 8: Valoración de las materias del Grado en Turismo (US)

Materia		Media	Moda
1	Inglés para turismo	4,78	5
2	Prácticas en empresas	4,65	5
3	Informática para la gestión turística	4,44	5
4	Organización de empresas	4,18	5
5	Dirección de operaciones	3,96	4
6	Marketing	3,91	4
7	Creación de empresas	3,83	5
8	Francés para turismo	3,73	3
9	Alemán para turismo	3,69	4
10	Geografía	3,56	4
11	Patrimonio	3,46	3
12	Derecho del Trabajo	3,42	4
13	Economía	3,37	4
14	Análisis Territorial del Turismo	3,28	4
15	Finanzas	3,27	3
16	Contabilidad	3,18	3
17	Planificación territorial	2,94	3
18	Derecho Mercantil	2,93	3
19	Derecho Financiero y Tributario	2,92	3
20	Estadística	2,83	3
21	Derecho Administrativo	2,78	3
22	Matemáticas financieras	2,74	2
23	Sociología	2,71	3

Destacamos en la tabla 8 que la materia de mayor puntuación es “Inglés para turismo”, seguida por “Prácticas en empresa”, “Informática para la gestión turística” y “Organización de empresas”, con puntuaciones superiores a 4 sobre 5 puntos, y sendas modas de 5 puntos. También es notable que el 70% de las materias del Grado supera los tres puntos, con calificaciones muy concentradas en rangos muy estrechos. Asimismo, todas las modas se agrupan entre 3 y 5 puntos, a excepción de la materia “matemáticas financieras” que cuenta con una moda de 2 puntos.

La última materia en puntuación, “Sociología”, con 2,71 puntos, se sitúa por encima de la mitad del rango de valoración. De este modo, no existe una sola materia en el Plan de Estudios que tenga baja puntuación.

Pasando ahora a las funciones que los encuestados manifiestan que el estudiante de Turismo en “Prácticas en empresas” debería desempeñar, encontramos la siguiente información:

Tabla 9: Funciones que debe desempeñar el estudiante en prácticas

Funciones		Media	Moda
1	Atención al cliente	4,75	5
2	Relaciones Públicas	3,96	5
3	Comercial	3,95	5
4	Administración	2,96	3
5	Planificación y organización de recursos humanos	2,65	3
6	Planificación y organización geográfica y de destinos	2,82	3
7	Planificación y organización económico-financiera	2,58	2

Cuando se cuestiona sobre las funciones que el estudiante debe desempeñar en una organización turística aparecen de manera relevante las de “atención al cliente”, “relaciones públicas” y las de “comercial”, con medias que abarcan casi desde cuatro hasta 4,75 sobre cinco puntos, y modas de cinco puntos, como las más importantes. A continuación, las funciones de “administración” y de “planificación de tareas, áreas, productos y servicios” se presentan con una menor puntuación.

La siguiente cuestión complementa a la anterior y se refiere a las funciones efectivamente desarrolladas por los estudiantes. Los encuestados que contaban con estudiantes en “Prácticas en empresas” relacionan las funciones que éstos desempeñan actualmente en su empresa por orden de dedicación de la siguiente forma:

Tabla 10: Actividades realizadas por los estudiantes en prácticas en la Diplomatura en Turismo

Actividades	Veces	Tiempo Medio
Atención al cliente	21	46,25%
Admón/Control de cobros reclamación de créditos/contabilidad/facturación	18	26,94%
Reservas (check in-check out)	9	23,33%
Organización servicios/Planificación trabajo/Operaciones	9	20,56%
Comercial	8	31,88%
Recepción/Conserjería	7	27,86%
Aprendizaje y formación	6	31,67%
Banquetes y salones/Eventos/Preparación de viajes y documentación ferias/Realización de <i>fam trips</i> /Atención a empresarios turísticos.	5	25,00%
Restauración/ Escandallos de productos A&B/A&B	4	18,75%
Relación interdepartamental y de equipo	3	13,33%
Calidad	3	45,00%
Dirección/Asistencia a Dirección	2	15,00%

Cuando se pregunta por las actividades que realizan en las empresas los estudiantes de la actual Diplomatura de Turismo, y por el porcentaje de dedicación a cada una de ellas se observa que las actividades de “atención al cliente” y de “administración” son las más frecuentes en las empresas encuestadas con 21 y 18 apariciones, y un tiempo medio de dedicación del estudiante de 46,25% y 26,94%, respectivamente. Las actividades relacionadas con trabajo en equipo, calidad o dirección se declaran sólo en 3, 3 y 2 ocasiones, respectivamente, por los encuestados.

Otra cuestión importante es conocer la valoración de los encuestados sobre la percepción general acerca de la preparación académica y profesional del egresado titulado en Turismo para realizar las funciones que le son propias en una organización turística, en su primer año de trabajo. Los resultados muestran una media de 2,65 sobre cinco puntos, y una moda de 3: los estudiantes superan el aprobado para el sector.

Finalmente, la última pregunta está relacionada con la oportunidad de la creación de un Colegio Oficial de Titulados en Turismo que regule la profesión turística. Los resultados obtenidos revelan una media de 3,96 sobre cinco puntos, y una moda de 5. Así pues, parece haber consenso por parte de los encuestados para que un Colegio profesional regule el sector.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Una vez terminada la presentación de resultados queremos reflejar algunas consecuencias, reflexiones y consideraciones de ellos derivados.

- Las materias y módulos que desarrollan competencias transversales: “Idiomas” o “Informática” tienen una representatividad en el Grado menor que la requerida por el sector del turismo. El sector considera a estas materias como esenciales en la formación del estudiante. No obstante, consideramos que la adquisición de conocimientos y competencias en estas materias no debe ser exclusiva responsabilidad del Grado ni del ámbito universitario. El estudiante debe apostar por un aprendizaje paralelo a la educación universitaria reglada. Esta formación puede y debe adquirirse por distintos medios que tanto la universidad como la sociedad de la información facilitan hoy día: Instituto de Idiomas, prensa, televisión, Internet, cursos de informática e idiomas a través de la red, etc.
- En el ámbito académico se da más importancia a módulos que desarrollan competencias específicas modulares –“Empresa”, “Economía” o “Geografía”- que a los que desarrollan competencias genéricas instrumentales que exige y valora el sector turístico.
La consecución de los objetivos del Grado – contenidos en la memoria del Grado en Turismo de la EUEE- debe pasar por plantear unos contenidos formativos de amplio alcance con el objetivo de saber identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, seleccionar y motivar a las personas, tomar decisiones, alcanzar objetivos propuestos y evaluar resultados que den respuesta a las necesidades de formación superior de los estudiantes en relación a cuestiones patrimoniales, sociales, humanísticas, científicas y técnicas.
En nuestra opinión, la formación del egresado en turismo debe ser amplia y multidisciplinar. Se trata de una formación básicamente universitaria e integral que persigue, entre otras cosas, formar personas capacitadas para resolver conflictos y tomar decisiones.
- El sector profesional del turismo otorga una puntuación media-alta a las materias que componen el Grado en Turismo por la Universidad de Sevilla. Los encuestados consideran que todas las materias necesarias para la formación del estudiante están incluidas, aunque el grado de importancia que otorga cada encuestado es diferente. Destaca que la materia con menor puntuación, “Sociología”, con 2,71 puntos sobre cinco, supera ampliamente la media del rango de puntuación.

- Los encuestados asignan al estudiante del Grado en Turismo en sus organizaciones tareas que no son típicamente propias de un estudiante universitario -“atención al cliente”, “relaciones públicas” y “comercial”-, aunque pensamos que son necesarias para adquirir formación, conocimiento y experiencia en el sector turístico. Las tareas ligadas a planificación, gestión, dirección o diseño tienen una escasa asignación para el estudiante de Grado, por parte del sector turístico, en esta etapa universitaria. En nuestra opinión, estas últimas habilidades sí deben ser exigidas en los acuerdos de prácticas que realice el estudiante de postgrado, que en la EUEE se concreta en el Máster en Dirección y Planificación del Turismo.
- Las actividades que efectivamente desempeñan los estudiantes de la Diplomatura de Turismo se refieren a tareas -“atención al cliente” y de “administración”- que no desarrollan competencias generales como son capacidad de análisis y síntesis, capacidad de organizar y planificar, toma de decisiones, capacidad de crítica y autocrítica, trabajo en equipo, habilidades en las relaciones interpersonales, habilidades para trabajar en grupo, habilidades para trabajar en un equipo interdisciplinario, habilidad para comunicar con expertos en otros campos, capacidad de generar nuevas ideas, liderazgo, y planificar y dirigir. Por el contrario, se centran en actividades menos creativas y de menor responsabilidad. No obstante, somos conscientes de que la asignación de prácticas de mayor recorrido o creatividad profesional se hace, a veces, complicada; teniendo en cuenta que el sector turístico está compuesto fundamentalmente de microempresas en las que el nivel de departamentalización no es muy elevado. En ocasiones las prácticas se realizan en empresas en las que las funciones de dirección o planificación están concentradas en el Director o Gerente, y el resto de funciones en una o varias personas, lo que dificulta una correspondencia entre competencias adquiridas y funciones a desempeñar.
- El profesional y el empresario turístico perciben que la preparación del titulado, en su primer año de trabajo, supera con dificultad el aprobado. Teniendo en cuenta que el egresado se ha formado durante su carrera en múltiples disciplinas, la sobrevaloración que hace el sector turístico del conocimiento de materias como “Idiomas” (inglés) o “Informática” (software específico del sector) condiciona que no se valore el conocimiento de otras materias o habilidades que el titulado posee, pero que no aplica en su primer año de trabajo. La evolución temporal en el sector debe llevar a que el titulado aplique progresivamente materias de áreas como organización de empresas, planificación turística, finanzas, análisis contable o derecho, y consiga espacios de mayor responsabilidad.
- Hay un consenso casi generalizado en el sector turístico acerca de la creación de un Colegio Oficial de Titulados en Turismo que regule la profesión y evite el intrusismo en el sector. Consideramos importante la existencia de este Colegio. Ello impulsaría la definición de las funciones profesionales y promovería una identificación y afirmación del titulado universitario en Turismo.

BIBLIOGRAFÍA

Acuerdo de la comisión académica del Consejo Andaluz de Universidades de 28 de marzo de 2008 por el que se establecen las líneas generales, protocolos y metodologías de trabajo para la solicitud de autorización de titulaciones oficiales en el sistema universitario andaluz.

Acuerdo Reunión de Rectores de las Universidades Públicas Andaluzas de 2 de mayo de 2008.

Acta de la Comisión de Rama de Ciencias Económicas y Empresariales de 11 de septiembre de 2008.

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) (2004): *Título de Grado en Turismo*. Ministerio de Educación y Ciencia. Madrid.

Casanueva, C. y Vázquez, I (2007): *Innovación en los aprendizajes de la titulación de Turismo*. Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla. Sevilla.

Memoria de verificación del Grado en Turismo de la EUEE de la Universidad de Sevilla, en fase de aprobación.

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

ANEXO I: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN

El objetivo fundamental del presente cuestionario es hacer un estudio comparativo entre la oferta académica del futuro Grado en Turismo a implantar en el curso 2009/2010 y las necesidades reales de formación que demanda el profesional del ámbito turístico.

Las respuestas serán tratadas anónimamente, y tras su análisis recibirá los resultados.

Solicitamos que valore la relación de contenidos que le ofrecemos a continuación, así como su opinión acerca de la incorporación de nuevas materias, o eliminación de algunas, por no ser significativas.

- 1) Indique la actividad o subsector de su empresa (hostelería, agencia de viajes, restauración,...):
- 2) Indique el cargo que ocupa en su empresa:
- 3) Indique el número de años trabajando en el sector turístico
- 4) Valore en orden de importancia (si atribuye la misma importancia, asigne el mismo número de orden) los bloques o módulos que son, a su juicio, de utilidad profesional para el titulado en Turismo. Si el módulo no está en la lista, añádalo:

Materia	Orden
Empresa	
Idioma moderno	
Economía	
Geografía	
Derecho	
Patrimonio cultural	
Informática	
Sociología	

- 5) La siguiente tabla muestra el peso de cada módulo en el futuro Grado en Turismo. Indique si su valor le parece infravalorado (I) o sobrevalorado (S) en función de la importancia que Usted le atribuye en la formación del titulado en Turismo:

Materia	%	I/S
Empresa	30%	
Idioma moderno	14%	
Economía	12%	
Geografía	12%	
Derecho	10%	
Patrimonio cultural	8%	
Informática	4%	
Sociología	2%	

- 6) Valore de 0 (nada importante) a 5 (muy importante) la importancia de las siguientes materias en el desempeño profesional del egresado turístico.

Materias	
EMPRESA	
Organización de empresas	
Contabilidad	
Marketing	
Dirección de operaciones	
Finanzas	
IDIOMA MODERNO	
Inglés para turismo	
Francés para turismo	
Alemán para turismo	
ECONOMÍA	
Estadística	
Economía	
Matemáticas financieras	
GEOGRAFIA	
Geografía	
Planificación territorial	
Análisis Territorial del Turismo	
DERECHO	
Derecho Administrativo	
Derecho Mercantil	
Derecho del Trabajo	
Derecho Financiero y Tributario	

PATRIMONIO CULTURAL	
Patrimonio	
INFORMÁTICA	
Informática para la gestión turística	
SOCIOLOGÍA	
Sociología	
PROYECCIÓN PROFESIONAL	
Creación de empresas	
Prácticas en empresas	

- 7) En “Prácticas en empresas” valore de 0 (no es su función) a 5 (es una función fundamental y necesaria) las funciones que debería desempeñar el estudiante de Turismo.

Funciones	0 a 5
Administración	
Atención al cliente	
Relaciones Públicas	
Comercial	
Planificación y organización económico-financiera	
Planificación y organización geográfica y de destinos	
Planificación y organización de recursos humanos	
Otras	

- 8) En “Prácticas en empresas” relacione las funciones que desempeña actualmente el estudiante (si no tiene estudiante en prácticas deje la pregunta sin responder) en su empresa por orden de dedicación.

Funciones	% dedicación

- 9) Valore de 0 (nada preparado) a 5 (muy preparado) su percepción general acerca de la preparación académica y profesional del egresado titulado en Turismo para realizar las funciones que le son propias en una organización turística en su primer año de trabajo.

- 10) Finalmente, valore de 0 (nada importante) a 5 (muy importante) la oportunidad de la creación de un Colegio Oficial de Titulados en Turismo que regule la profesión turística.