



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

**Empleabilidad en el sector turístico: El caso de los egresados
en Turismo de la Universidad de Sevilla**

Trabajo Fin de Grado presentado por María Isabel Fresneda Rocamora, siendo la tutora del mismo Dña. María Pilar Moreno Pacheco.

Vº. Bº. de la tutora:

Alumna:

Dña. María Pilar Moreno Pacheco

Dña. María Isabel Fresneda Rocamora

Sevilla. Mayo de 2018



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2017-2018]

TÍTULO:

EMPLEABILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO: EL CASO DE LOS EGRESADOS EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

AUTOR:

MARÍA ISABEL FRESNEDA ROCAMORA

TUTORA:

DÑA. MARÍA PILAR MORENO PACHECO

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMÍA APLICADA

RESUMEN:

El presente trabajo de fin de grado persigue identificar cuáles son las competencias específicas y transversales que el mercado laboral turístico está exigiendo a los profesionales en la actualidad. Para ello, se va a proceder a explicar y analizar desde una visión crítica la evolución de los estudios universitarios en turismo en las universidades españolas y, en particular, en la Universidad de Sevilla, con el objetivo de averiguar hasta qué punto esta formación se adapta a las verdaderas exigencias de las empresas del sector.

Tras una revisión de la evolución de los estudios universitarios en Turismo en España y en la Universidad de Sevilla, así como de la empleabilidad existente en el sector, se ha procedido a realizar un exhaustivo trabajo de campo entre los empresarios turísticos, que arrojarán resultados importantes acerca de aquello que se exige a los egresados en turismo en el momento de incorporarse al mercado laboral.

PALABRAS CLAVE:

Turismo, formación universitaria, empleabilidad, competencias transversales, competencias específicas.

ABSTRACT:

The present final degree project aims to identify which are the specific and transversal competences that the tourism labour market is demanding from professionals at these days. To do this, we will proceed to explain and analyse from a critical point of view the evolution of university studies in tourism at Spanish universities and at the University of Seville, with the aim of finding out to what extent this training is adapted to the real demands of companies in the sector.

After a review of the evolution of the university studies in Tourism in Spain and the University of Seville, as well as the employability existing in the sector, an exhaustive fieldwork has been carried out among tourist entrepreneurs, which will yield important results about what is required of graduates in tourism at the time of joining the labour market

KEYWORDS:

Tourism, university education, employability, transversal competences, specific competences.

AGRADECIMIENTOS:

En primer lugar, agradecer a mi tutora María Pilar Moreno Pacheco su implicación y ayuda incondicional durante el desarrollo de este estudio, su apoyo y sus ánimos en todo momento fundamentales para que este trabajo se encuentre hoy aquí.

También querría agradecer a los profesionales del sector que han participado y han hecho posible el cumplimiento de los objetivos de esta investigación. De este modo, quiero dar las gracias a todos aquellos que han contestado la encuesta *online*, y en particular a Elena Moros Diaz, Fernando Bocardo Crespo, Enrique Castilla Gavilán y Carmen Alonso por haberme permitido realizarles entrevistas personales.

ÍNDICE

Contenido

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	3
1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA ESCOGIDA	3
1.2. OBJETIVO DEL ESTUDIO.....	5
1.3. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL ESTUDIO	5
CAPÍTULO 2: EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN TURISMO ..	7
2.1. ÁMBITO ESPAÑOL	7
2.1.1 Técnico de Empresas Turísticas	8
2.1.2 Técnico de Empresas y Actividades Turísticas.....	8
2.1.3 Diplomatura en Turismo	9
2.1.4 Grado en Turismo	10
2.2. EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA: DE LA DIPLOMATURA EN TURISMO AL GRADO EN TURISMO.....	11
CAPÍTULO 3: EMPLEABILIDAD DEL SECTOR	15
3.1. EMPLEABILIDAD: CONCEPTO.....	15
3.2. MAPA DE EMPLEABILIDAD.....	15
3.3. FORMACIÓN UNIVERSITARIA DUAL COMO INSTRUMENTO DE INSERCIÓN LABORAL: EJEMPLO ALEMANIA Y FRANCIA.	18
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS EMPÍRICO: ¿QUÉ VALORAN LAS EMPRESAS EN LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS EN TURISMO?	21
4.1. ¿QUÉ VALORAN LAS EMPRESAS EN LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES? ESTUDIOS PREVIOS	21
4.2. ¿QUÉ VALORAN LAS EMPRESAS EN LOS EGRESADOS EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA?.....	22
4.2.1. ¿Qué valoran las empresas? Resultado de las encuestas.	23
4.2.2. ¿Qué valoran las empresas? resultado de las entrevistas.....	28
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES	31
5.1. CONCLUSIONES	31
5.2. RECOMENDACIONES FINALES	32
BIBLIOGRAFÍA.....	35

ANEXOS.....	37
A. La encuesta realizada a los empresarios del sector:.....	37
B. La entrevista realizada a los profesionales del sector	45

Índice de tablas

Tabla 1: Titulaciones estudios de Turismo en España	11
Tabla 2: Metodología	23
Tabla 3: Competencias transversales	25
Tabla 4: Competencias específicas	26

Índice de imágenes

Imagen 1: Aportación del turismo al PIB nacional	4
Imagen 2: Proceso Plan Bolonia	10
Imagen 3: Ocupados con sobre cualificación Europa.....	16
Imagen 4: Sobre educación Grado Turismo.....	16
Imagen 5: Niveles responsabilidad organizaciones turísticas.....	17
Imagen 6: Distribución de ocupados por nivel de formación	17
Imagen 7: Índice empleabilidad tras formación dual en Alemania	18
Imagen 8: Factores que tienen en cuenta las empresas para la contratación	21

Índice de gráficas

Gráfica 1: Nivel satisfacción prácticas realizadas.....	24
Gráfica 2: Medida de mejora competencias específicas y transversales.....	27
Gráfica 3: Productividad percibida	27

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA ESCOGIDA

La elección del tema de estudio se fundamenta tanto en razones subjetivas como objetivas. Dichas razones subjetivas derivan del mero hecho de que la autora de este texto sea estudiante del grado de turismo y a que ya haya realizado trabajos anteriores de investigación en el campo que concierne este trabajo. Todo esto conduce a un gran interés en profundizar en las causas del problema relacionado con la empleabilidad en el sector turístico. En especial todo aquello relacionado con la formación en turismo impartida en España, la calidad de ésta y qué posibilidades de inserción laboral encontramos en este sector una vez finalizado el grado.

En lo que respecta a las anteriormente mencionadas razones objetivas, cabe destacar que hay muchas cifras y datos que demuestran la importancia del sector turístico en España, tanto en el ámbito económico, como en el referido al empleo generado. Importancia que el “turismo” ha ejercido en España desde la década de los 50 como proceso de despegue económico iniciado con el plan de estabilización de ese mismo año; en el cual se vislumbró la importancia que el mencionado sector tenía en lo que respecta a recuperación económica española, siendo difícil desde ese momento separar ambos conceptos: recuperación y turismo.

Sin embargo, no será hasta 1995 cuando se cuantifique la verdadera importancia del turismo en la economía del país, siendo las Cuentas Satélite del turismo¹ las que indiquen el impacto del turismo sobre el PIB de la economía española, alcanzando ya en dicho año un 10% del PIB total.

En ese momento, y a pesar de que otros países ya lo estaban llevando a cabo, es cuando el estado español se percató de la importancia de una preparación profesional en este sector y se da comienzo a la formación a nivel universitario. Sin embargo, a pesar de los avances educativos en materia turística, el plan de estudios establecido era considerado escaso e insuficiente.

Por último y para completar este apartado se van a mostrar algunos valores y datos numéricos que demuestran la importancia en la elección de la temática de esta investigación.

En el año 2016 el turismo, como sector de la economía española, contribuye con 125.529 millones de euros, lo que supone el 11,2% del PIB, pero no solo se observa la relevancia que tiene el turismo como actividad económica con lo que respecta a su aportación al PIB español, sino también por la cantidad de empleo que genera anualmente.

¹ La Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE), es un sistema de información económica relacionada con el turismo, diseñada como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, que permite medir el impacto del Turismo sobre la Economía Nacional.

	2016(A)	2015(P)	2014	2013	2012	2011	2010
Precios corrientes: Millones de euros							
Turismo receptor	61.883,5 ¹	56.606,4 ³	54.216,8 ¹	52.601,2 ³	51.295,4 ¹	50.710,7 ³	47.327,8 ¹
Otros componentes del turismo	63.645,4 ³	61.078,5 ¹	58.803,4 ³	57.219,3 ¹	59.919,9 ³	61.195,2 ¹	63.256,0 ³
Total	125.528,9³	117.684,9¹	113.020,2³	109.820,5¹	111.215,3³	111.905,9¹	110.583,8³
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB							
Turismo receptor	5,5 ¹	5,2 ³	5,2 ¹	5,1 ³	4,9 ¹	4,7 ³	4,4 ¹
Otros componentes del turismo	5,7 ³	5,7 ¹	5,7 ³	5,6 ¹	5,8 ³	5,7 ¹	5,9 ³
Total	11,2¹	10,9³	10,9¹	10,7³	10,7¹	10,5³	10,2¹

Imagen 1: Aportación del turismo al PIB nacional. Fuente: Cuentas Satélite del turismo INE (2017)

La aportación de la actividad turística al PIB español no solo supone, en cantidad, un número importante, sino que se incrementa año tras año.

Según datos de Turespaña extraídos de la encuesta de población activa (EPA), en el primer trimestre de este año, se han registrado 2.500.037 millones de ocupados vinculados a las actividades turísticas y afiliados a la seguridad social, un número muy elevado teniendo en cuenta que la población ocupada en España es de 18.813.300 millones, es decir, el empleo turístico supone un 13,3% del mercado laboral español.

Este porcentaje no solo se basa en las actividades puramente turísticas sino también en otras, que, aunque no sean directamente turísticas tienen incidencia en este sector, debido a que este tiene una gran transversalidad y efecto de arrastre y multiplicador sobre el resto de las actividades productivas.

Incluso observando la importancia que el empleo ya supone para España en la actualidad, la *World Travel & Tourism Council* espera que para el 2027 el número de empleados dependientes del turismo se acerque a los tres millones, ni más ni menos que 2.900.0000 que en relación con el total de empleo español podríamos estar hablando de un 15,3% del total.

Pero a pesar de la gran cantidad de empleo que se genera actualmente en España en este sector, la titulación de turismo es una de las carreras con peor salida, según el Mapa de Empleabilidad elaborado por el Ministerio de Educación, este mapa de empleabilidad es un informe que analiza la inserción laboral de los egresados universitarios según la afiliación a la seguridad social y en el que se puede encontrar información tan relevante como cuales son las titulaciones que encuentran empleo en mayor medida y cuales en menor medida; con relación al tema abordado el resultado del informe afirma que dentro de aquellas titulaciones que tienen más dificultad para encontrar puestos de trabajo acorde con su nivel formativo se encuentra la de turismo con un porcentaje del 31,8%.

Pero a esto hay que añadir la precariedad que supone hoy en día el empleo dentro del turismo, el cual se caracteriza por la desorbitada contratación temporal que provoca poca estabilidad en los profesionales del sector, contratos formativos de baja remuneración, la subcontratación y externalización a nivel del conjunto de departamentos de los servicios en sectores de hostelería entre otros muchos aspectos.

Todos los motivos expuestos anteriormente son los que contribuyen a centrar el interés de esta investigación en lo relacionado al empleo turístico y a la empleabilidad del egresado en turismo, puesto que a pesar de la gran cantidad de empleo que se genera en este sector existe una discrepancia considerable entre los puestos ocupados por dichos egresados y la formación que han recibido durante su etapa universitaria.

1.2. OBJETIVO DEL ESTUDIO

El objetivo principal de esta investigación es averiguar, ante todo, cuáles son las variables que afectan a la contratación de los egresados en turismo, si son exógenas y debemos culpar de todo esto a la enorme crisis en la que se ha visto sumergida España, o endógenas, siendo el fallo principal la formación impartida al estudiante.

De este modo se hace más que necesario estudiar cómo ha evolucionado la formación desde el momento en que se reconoce la importancia del turismo como actividad económica en España hasta la actualidad, comprobar si el plan de estudios desde el 1996 ha sufrido modificaciones y analizar si estas han sido negativas o positivas para, de este modo, proceder a profundizar sobre cuál es la situación del mercado laboral actual, así como si hay puestos de trabajo en el sector acorde a la formación de los egresados.

En otras palabras, a lo largo del texto aquí desarrollado se van a estudiar y averiguar las exigencias que los empresarios tienen respecto a los egresados del grado de turismo, así como analizar el nivel de preparación de estos para la verdadera lucha, ese campo de batalla que algunos llaman “Mercado laboral”.

1.3. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL ESTUDIO

La siguiente investigación trata de un estudio mixto que se elabora mediante revisiones académicas, encuestas y entrevistas.

Para elaborar la introducción y marco teórico se utilizará un análisis de fuentes indirectas, análisis de informes y revisiones académicas.

El estudio estará compuesto tanto de análisis cuantitativo mediante encuestas, como de análisis cualitativo mediante entrevistas personales.

También contendrá un trabajo de campo que estará comprendido entre mayo del 2018 a julio del 2018, y el lugar dónde se llevará a cabo será en las propias empresas en las que se realice la entrevista personal y mediante encuestas online.

Las encuestas online es la decisión idónea puesto que es fácil y barato, aunque ha de reconocerse que la tasa de respuesta es bastante baja, del 100% de respuesta que se podría haber obtenido con las 55 encuestas lanzadas, se han obtenido 16 cuestionarios respondidos, que suponen un 29,09%.

Los participantes directos de este estudio (La muestra) a los que se les realizará encuestas son los empresarios del sector turístico que acogen estudiantes de turismo en la etapa de prácticas de dicho grado, con un número total de participantes de 16, contando con empresas relacionadas a la restauración, la intermediación, la organización de eventos y congresos y la hostelería; Abarcando tanto grandes empresas como pymes dentro del ámbito geográfico de Sevilla.

Para obtención de más información se llevarán a cabo entrevistas a este mismo segmento que se ha comentado con anterioridad, en esta ocasión tan solo a algunos más representativos de cada una de las actividades que componen el sector turístico: Elena Moros Diaz (responsable regional de recursos humanos de Barceló Hoteles), Fernando Bocardo Crespo (jefe de personal de CONTURSA FIBES), Enrique Castilla Gavilán (recursos humanos de Meliá Lebreros) y Carmen Alonso (directora oficina de B The Travel Brand, Barceló).

Por lo que respecta a la estructura del siguiente estudio, esta se compone de cinco capítulos. Un capítulo inicial en el que se justifica la elección de la temática, se plantean los objetivos a conseguir y se explica la metodología. En el capítulo dos se pretende hacer un análisis de la evolución de los estudios en turismo tanto a nivel español como a nivel de la provincia de Sevilla. A continuación, en un tercer capítulo, se profundiza en el concepto de empleabilidad tanto general como dentro del sector turístico, que es en el que se centra el estudio, y se analizan otros modelos y planes de estudio a nivel europeo comparándolo al modelo español. Tras esto, se encuentra un cuarto apartado que representa la parte más significativa de todo el estudio, debido a que aquí se encuentra el desarrollo del trabajo empírico, aportando los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas. Para finalizar, en un último capítulo, el quinto, se encuentran las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos en el capítulo anterior.

CAPÍTULO 2: EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN TURISMO

2.1. ÁMBITO ESPAÑOL

Siguiendo al profesor Gómez Bote, han sido numerosos los estudios realizados para explicar el fenómeno turístico desde la época de los años cincuenta, en el cual España era prácticamente un país subdesarrollado, pasando a un nivel de desarrollo intermedio a finales de los años sesenta y setenta, y convirtiéndose en un país desarrollado e integrado en la década de los ochenta a consecuencia de su entrada a la Comunidad Económica Europea (Gómez, 1994).

Todo esto sumado al hecho de no tener en cuenta la importancia real que el turismo tenía en la década de los cincuenta, hace que no sea hasta los años sesenta cuando España empiece a percatarse de cómo la actividad turística podría convertirse en una herramienta fundamental para equilibrar la balanza de pagos, para financiar el déficit público considerando el turismo internacional o para crear empleo nacional.

En los años ochenta España pasa a formar parte de la Comunidad Económica Europea (CEE), siendo en este momento una economía abierta e integrada y dejando atrás ese modelo autárquico e intervencionista. No obstante, este cambio tan drástico perjudica gravemente la situación española porque el problema estructural del déficit comercial lejos de solucionarse se agrava más todavía con la integración a la CEE, siendo la actividad turística la que actúa como salvador del equilibrio económico español.

Esta situación es la que revaloriza el turismo, siendo desde entonces cuando se le comienza a dar valor como actividad económica, aunque, como el autor mencionado anteriormente (Gómez, 1994) afirma, no se le da el reconocimiento que debiese. Es esta la razón de que el Plan Marco de Competitividad del 1992-96² incluya dentro del plan de excelencia turística un objetivo de sensibilización en España sobre la importancia socioeconómica de la actividad turística.

Todo esto desencadena en una preocupación por la preparación y formación de la mano de obra que se dedicará al sector turístico y lejos de querer un personal sin ningún conocimiento, cada vez se le da mayor importancia al hecho de disponer de un trabajador más preparado, con más formación y conocimientos del sector capaz de desarrollar actitudes y aptitudes que mejoren el desarrollo de esta actividad en nuestra nación, puesto que la actividad turística no es una actividad más en el estado español, sino que es una de las más importantes dentro del sector servicios y que más aporta al PIB nacional, como ya se ha apuntado anteriormente.

Todo lo anterior permite ver que no es posible obviar el tardío inicio de la formación turística en España, siendo sus comienzos en el 1957, año en el cual se funda la primera escuela de turismo ubicada en Madrid por parte de una entidad docente de carácter privado, el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP).

² El primer plan FUTURES nace como consecuencia de la búsqueda de competitividad en el sector, dando prioridad a la calidad y al respeto por el medio ambiente y considerando la coordinación de esfuerzos como uno de los principios.

Estos cursos tenían una duración de tres años, estaba compuesto por una formación teórico-práctica y un plan de estudios que se adaptaba a las necesidades de los profesionales del sector. Prácticamente, hasta entonces la formación y preparación del empleado se basaba en la experiencia que se adquiría en las propias empresas en las que se trabajaba, de ahí la necesidad de esta escuela de turismo.

2.1.1 Técnico de Empresas Turísticas

En los años sesenta con el Decreto 2427/1963, del 7 de septiembre, se crea la Escuela Oficial de Turismo en la cual se regula la concesión del título como «legalmente reconocido por el Ministerio de Información y Turismo»³ a todos los Centros de enseñanza turística no oficial, esto hace que se imparta en España el título de “Técnico de Empresas Turísticas” (TET) que aparecería en ese mismo año 1963.

Este decreto situó a la Escuela Oficial de Turismo como referencia para el resto de las escuelas privadas no oficiales, con la finalidad de que los alumnos egresados de estas últimas tuviesen la posibilidad de revalidar sus estudios en la Escuela oficial, lo cual le otorgaba a las escuelas privadas legalidad y prestigio.

Este título estaba compuesto por tres años de formación, dos de ellos con asignaturas comunes para todos y un último año de estudios especiales, además de la necesidad de superar una prueba de revalida al finalizar los tres años para obtener el título. El plan de estudios estuvo en vigor hasta el 1980.

2.1.2 Técnico de Empresas y Actividades Turísticas

En 1980, los propios empresarios del sector demandaban un titulado con mayor formación y conocimientos en el ámbito empresarial, esto hizo que este mismo año apareciese, tras el Real Decreto 865/1980, del 14 de abril, el nuevo título de «Técnico en Empresas y Actividades Turísticas» (TEAT); a pesar de estar compuesto por tres años de formación como el anterior título TET, el TEAT otorgaba menos créditos, llegándose a plantear añadir un cuarto año, algo que jamás sucedió. Este, a diferencia del anterior tendrá además unas estrictas condiciones de acceso, siendo necesario, a veces, pasar un examen de ingreso.

La carga docente mínima de esta nueva titulación se fijó al equivalente actual de 54 créditos por curso, a diferencia del TET, que contaba con 72 créditos. Este cambio venía marcado especialmente por la voluntad de incluir un cuarto curso de especialización, que como ya se ha apuntado, nunca se llegó a implantar. Esta nueva distribución permitía conseguir la misma carga final de 216 créditos, pero distribuidos en cuatro años. Por lo tanto, en el TEAT se reducen 18 créditos anuales (lo que representan seis horas menos a la semana en comparación con el TET).

Debido a esto, muchos otros centros se vieron motivados a ampliar la oferta formativa y ofrecer otras asignaturas. Algunas de las escuelas constituidas a partir de este momento fueron las siguientes: la de Cataluña (1989), Baleares (1990), Canarias (1990), Comunidad Valenciana (1994), Castilla-León (1995) y Andalucía (1996) con sede en Sevilla. Todo motivado por las competencias que las comunidades autónomas tenían en esta materia.

³ “El Ministerio de Información y Turismo” se creó por Decreto-Ley de 19 de julio de 1951, por el que se reorganizó la Administración Central del Estado.

En 1983, una ley orgánica de reforma universitaria (11/1983) aprobará los títulos de carácter oficial que serán válidos en todo el territorio español. Con respecto a este año, Torres (1993) consideraba que la formación hasta el momento se caracterizaba por ser insuficiente, incompleta, no integrada y Obsoleta.

Este aspecto será comparado con la formación que encontraremos a principios del siglo XXI y se verá hasta qué punto ha mejorado la situación.

2.1.3 Diplomatura en Turismo

Ya en el 1996, en busca de esa constante mejora en la formación turística aparecerá el Real Decreto 259/1996. Esta fecha será clave para la formación en turismo en España, puesto que marcará el inicio del título "Diplomado en Empresas y Actividades Turísticas" (DEAT), que mostraba la necesidad de mejora de muchos aspectos en la formación impartida hasta el momento, y, además, buscaba preparar y capacitar de una manera superior a los egresados, para unos directivos de las empresas turísticas del país cada vez más exigentes.

Posteriormente, se aprobó el Real Decreto 604/1996, que establecía un nuevo título oficial de «Diplomado en Turismo», con el mismo valor académico y profesional que el DEAT.

Resulta muy llamativo el hecho de que la fecha de la creación de dicho título fuese tan tardía, sobre todo teniendo en cuenta la importancia del turismo como actividad propulsora de la economía española y siendo España uno de los principales destinos turísticos en la época; además, muchos países de Europa ya tenían planes de estudios universitarios desde los años veinte o treinta (Italia o Alemania, en ese orden).

Esta diplomatura se diseñaría como una carrera de primer ciclo estructurada en tres cursos y un mínimo de 180 créditos, con asignaturas troncales, asignaturas obligatorias de Universidad y asignaturas optativas y de libre configuración que podía escoger el alumno.

Algunos docentes consideraban que ni siquiera la diplomatura era suficientemente satisfactoria, y se acogían a que se redujo de manera considerable las horas dedicadas al estudio de idiomas. Además, a pesar de los avances de formación en materia de turismo, con la actual diplomatura otros aspectos, aparte del ya mencionado, llevaban a que los empresarios no creyeran en la capacidad de la universidad para atender las necesidades que se les planteaba desde las empresas.

Muchas universidades llevaron a cabo una modificación de la formación que impartían en turismo que bien podría asimilarse a una licenciatura, de la que en realidad en España siempre hemos carecido. Universidades como: Universidad de las islas Baleares, la Universidad de Girona, Universidad de Alicante y la Universidad de Oviedo fueron las que adaptaron esta especie de "Licenciatura" que España nunca tuvo.

2.1.4 Grado en Turismo

El grado aparecerá después del afamado “Proceso Bolonia”⁴ y el proceso de Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)⁵ llevado a cabo desde 1999.

El objetivo era crear un espacio europeo común y una armonización de los sistemas universitarios de los estados miembros. Para muchos países la conversión hacia este nuevo título fue bastante sencilla, teniendo que adaptar progresivamente la legislación en materia educativa en base a los objetivos estipulados a nivel europeo. Para España fue algo más complejo, debido a que los estudios superiores que se impartían en el estado español diferían mucho con el que ahora se pretendía instaurar.

Según lo estipulado en el plan Bolonia, no había un modelo de plan de estudios exacto para el grado en turismo, si no que había una serie de bloques que tenían un peso específico y cada uno de los países lo amoldarían de tal modo que ese peso se cumpliera dentro de su propio plan de estudios. En España se hizo también a su criterio para cada comunidad autónoma.

El Grado en Turismo queda regulado en el Real Decreto 1393/2007, y este estará compuesto por cuatro años. El sistema actual de grado se compondrá de una serie de créditos, en especial 240, que recogerán aspectos básicos de la rama de conocimiento a la que pertenezca la titulación, así como materias obligatorias u optativas, prácticas externas y trabajo de fin de grado entre otros.

El grado deberá completarse con un postgrado o Máster, que comprenden entre 60 y 120 créditos ECTS y más adelante podrá completarse la formación con un doctorado de al menos 60 créditos ECTS. A continuación, se muestra el esquema general conformado desde el proceso de Bolonia:

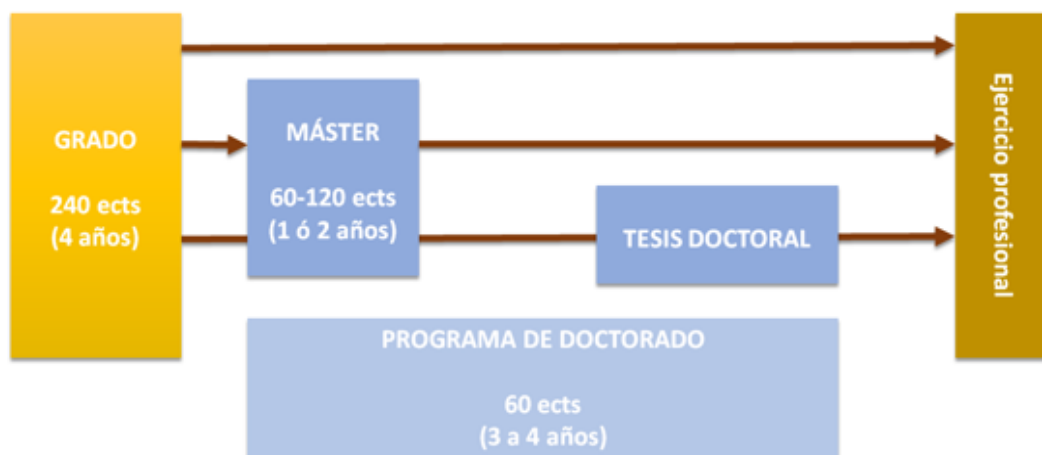


Imagen 2: Proceso Plan Bolonia. Fuente: Libro Blanco de Turismo ANECA (2004)

⁴ Proceso Bolonia; Se trata de un proyecto impulsado por la Unión Europea con el objetivo de armonizar los sistemas universitarios de los países miembros y eliminar los complejos procedimientos para la homologación de títulos.

⁵ El objetivo fundamental del EEES es facilitar la movilidad de estudiantes, profesorado y titulados entre todos los países miembros, con objeto a que los estudiantes prosigan sus estudios, si así lo desean, en otra universidad del sistema, generándose programas de intercambio de profesorado y se facilite la movilidad internacional de trabajadores con formación superior.

Todo el proceso de construcción del EEES (Espacio Europeo de Educación Superior) favorece que los estudiantes españoles puedan estudiar en otros países miembros, algo muy beneficioso que aporta no solo conocimientos en una lengua extranjera sino el aprendizaje de otra cultura, de otras costumbres y que hoy en día es muy valorado por el empresario del sector turístico.

En la tabla siguiente se puede ver a simple vista los nombres de los títulos en turismo de España, la vigencia de cada uno, el decreto que los regula y su ámbito geográfico.

	TET	TEAT/DEAT	DIPLOMATURA	GRADO
NOMBRE	Técnico de Empresas Turísticas	Técnico en Empresas y Actividades Turísticas/ Diplomatura en Empresas y Actividades Turísticas	Diplomatura en Turismo	Grado en Turismo
VIGENCIA	1963 - 1980	1980 - 2001	1996 - 2007	2007 - Actualidad
DECRETO	Real Decreto 2427/1963	Real Decreto 865/1980	Real Decreto 604/1996	Real Decreto 1393/2007
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Madrid, más tarde Barcelona y Sevilla	Madrid, más tarde Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía	---	---

Tabla 1: Titulaciones estudios de Turismo en España. Fuente: Elaboración propia a partir del Libro Blanco de Turismo ANECA (2004)

2.2. EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA: DE LA DIPLOMATURA EN TURISMO AL GRADO EN TURISMO

Si en España la formación en turismo fue tardía, aún más lo fue para el caso de Sevilla, no siendo hasta el 1961 cuando el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP) inaugura la tercera Escuela de Turismo de España en Sevilla. Además, aunque se pretende hacer hincapié en la diplomatura y el grado en Sevilla, es más que interesante ver como en el caso de esta ciudad española, desde el principio hasta el fin, todos los estudios en materia turística han dado comienzo más tarde que en cualquier otra ciudad.

Volviendo al tema que concierne a esta investigación, el 2 de septiembre de 1999, se lleva a cabo una resolución por parte de la Universidad de Sevilla por la que se ordena una publicación de un plan de estudios conducente a la obtención del título de Diplomado en Turismo, lo que hoy en día recordamos como “La Diplomatura en turismo” y que se impartiría en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Sevilla.

Esto queda estipulado en el Real Decreto 604/1996 de 15 de abril; En el mismo se menciona expresamente que «las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Diplomado en Turismo deberán proporcionar la formación teórico-práctica adecuada para la gestión de organizaciones e instituciones relacionadas con el turismo». Según el Real Decreto español, a partir de las bases que quedan estipuladas en este decreto el plan de estudios de Sevilla debería amoldarse a este.

Finalmente, la diplomatura estaría compuesta por 207 créditos: 103,5 materias troncales, 42 materias obligatorias, 40,5 materias optativas y 21 créditos de libre configuración; repartidos en tres años.

En la Universidad de Sevilla se esforzaban por inculcar competencias específicas como podían ser las encaminadas al conocimiento de conceptos básicos tanto de contabilidad financiera y de costes, y estadística; también conocer la estructura de los mercados turísticos, su oferta y demanda, así como ser capaz de analizar los flujos turísticos; ser capaz de tomar decisiones de inversión y financiación, hacer uso de los instrumentos financieros y conocer los ciclos económicos financieros con especial referencia a las empresas turísticas; ser capaz de analizar información contable para la toma de decisiones de las empresas turísticas, conocimiento de lenguas extranjeras; aprendizaje para la gestión de personal: Remuneración, reclutamiento, selección y su formación dentro de la empresa turística; conocimiento del soporte y desarrollo económico de la actividad turística en Andalucía entre otras muchas competencias, todas ellas casi idénticas a las competencias que ya se enseñaban en la escuela empresarial, solo que esta vez encaminadas a las empresas turísticas.

Observando el plan de estudios de la diplomatura en turismo, queda claro el peso que suponen las materias relacionadas con la gestión y dirección de empresas, muy ligado a las raíces de la escuela de Sevilla que siempre había sido una escuela empresarial; la diplomatura dejaba ver las trazas de aspectos relacionados con las ciencias económicas y empresariales, a diferencia de otras universidades españolas, como son el caso de la UA (Universidad de Alicante), donde la diplomatura se impartiría dentro de la facultad de filosofía y letras dejando un rastro más humanístico en las materias de su plan de estudios actual, centrado más en la mejora de las competencias lingüísticas desde el primer año, y en materia de planificación del turismo.

La diplomatura suponía un primer ciclo, buscándose un segundo ciclo con la licenciatura en turismo, pero será el 20 de diciembre de 2010, cuando nos encontramos con una resolución por parte de la Universidad de Sevilla, por la que se publica el plan de estudios del Grado en Turismo, siendo este, un término medio entre la licenciatura y la diplomatura.

El Grado en Turismo aparece junto al nuevo Plan Bolonia, pero en este caso al igual que con las otras titulaciones en la ciudad sevillana el grado se implantaría en el 2010, habiendo quedado regulado en España desde el 2007.

A diferencia de la diplomatura, el Grado incrementará materias relacionadas con el arte y las humanidades y tecnologías de la información, y exigirá una serie de competencias más abiertas a otras especialidades tales como conocer y aplicar conceptos básicos del derecho, la dirección de empresas, estadística, economía y geografía, ser capaz de hacer un análisis de los impactos generados por la actividad turística, definir objetivos, estrategias y políticas comerciales; identificar las tipologías de espacios y destinos turísticos, comprender el marco legal que regula las actividades

turísticas, conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico, comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial, gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de la sostenibilidad, aplicar programas de mejora de la calidad en las empresas turísticas y aplicar normas sobre prevención y seguridad y de certificación de calidad; entre otras muchas competencias que tendrían que justificar un año más de formación con respecto a la anterior diplomatura en turismo, siendo las letras las que ocuparán esa formación “de relleno” que completará el nuevo grado de turismo.

A primera vista parece ser una gran mejora para la universidad de Sevilla, puesto que estos estudios se han visto incrementados un año más, mejorando la formación de los estudiantes de turismo, pero la realidad parece ser otra, debido a que el grado en turismo de la Universidad de Sevilla ha perdido su verdadera esencia empresarial, provocando una gran intrusión por parte de los estudiantes de Administración y Dirección de Empresas en el ámbito laboral de los estudiantes de turismo, que con la diplomatura estaban más encaminados a la administración y dirección de empresas turísticas y ahora con el grado pierden esa especialización en el área empresarial, desencadenando todo esto en que, esta vez, sean los egresados de turismo los que provoquen intrusión en los empleos que van encaminados a los estudiantes de formación profesional del sector turístico, tanto del grado superior como del grado medio.

CAPÍTULO 3: EMPLEABILIDAD DEL SECTOR

3.1. EMPLEABILIDAD: CONCEPTO

Yorke (2004)

“La empleabilidad está compuesta por un conjunto de logros-habilidades, conocimientos y atributos personales que aumentan la probabilidad de los graduados de encontrar un empleo y de tener éxito en sus puestos, lo cual les beneficia a ellos mismos, a la fuerza de trabajo, a la comunidad y a la economía”

Como bien se puede ver en la definición citada al comienzo de esta sección, la empleabilidad implica una serie de habilidades, aptitudes y conocimientos entre otros aspectos que hacen que el graduado tenga más posibilidades.

Hoy en día se habla también de competencias específicas y transversales que hacen del egresado, en este caso de turismo, alguien capaz de obtener el puesto que desee dado el tipo de formación adquirida en su periodo de aprendizaje.

3.2. MAPA DE EMPLEABILIDAD

Como se ha visto en el capítulo uno, es una gran cantidad de empleo el que se genera en el sector turístico dentro del estado español, pero el tipo de empleo que se genera no es de los más estables en España. La Encuesta de Inserción laboral de Titulados Universitarios realizada por el INE nos arroja la siguiente información:

“Los graduados en Turismo registraron los mayores porcentajes de contratos temporales (70,8% y 61,9%)”

El estudio sobre el empleo en el sector turístico español llevado a cabo por Exceltur confirma este aspecto añadiendo que el porcentaje de trabajadores temporales en bares, restaurantes y cafeterías suponen un 39,6%, por lo que respecta al alojamiento un 37,4% y en el transporte de viajeros se sitúa en un 20,1%.

Todo esto a pesar de que un informe oficial de Coyuntur del 2014, realizado por el ministerio de Industria, Energía y Turismo afirmaba un incremento y tendencia positiva basándose en los datos de afiliación de la Seguridad Social.

Gonzalo Fuentes, dirigente de CCOO, afirma que, aunque sí se genera empleo, este es de poca calidad, precario y a tiempo parcial.

Pero algo que interesa mucho más, independientemente del tipo de empleo que se genere en nuestro sector, es que en España hay muchísimas personas con estudios superiores trabajando en puestos de baja cualificación, perjudicando gravemente a los egresados españoles en general, según un informe de la Fundación Conocimiento y Desarrollo del 2016 (CYD).

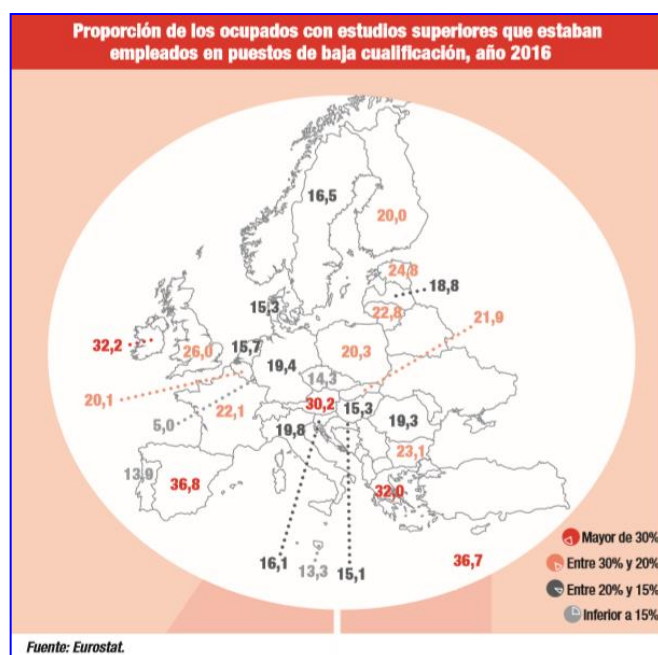


Imagen 3: Ocupados con sobre cualificación Europa. Fuente: CYD (2016)

Lo peor que puede observarse con relación a esto, es que una de las titulaciones que tienen más dificultad para encontrar trabajo acorde con su nivel formativo es la de Turismo, según el primer informe de inserción laboral de los egresados universitarios, realizado por el Ministerio de Educación, cultura y deporte, y por lo que se puede observar en la siguiente tabla realizada por el Instituto Nacional de Estadística, datos de egresados del año 2009-10, que estaban trabajando en el 2014.

Cuadro 10. Encaje entre el trabajo que desempeñaban y su formación. Egresados universitarios del curso 2009-2010 que estaban trabajando en 2014

	% sobreeducación objetiva		% sobreeducación subjetiva	
Diplomado en Turismo	76,5	Diplomado en Relaciones Laborales	55,5	Licenciado en Antropología Social y Cultural
Diplomado en Relaciones Laborales	67,1	Diplomado en Gestión y Administración Pública	55,4	Licenciado en Historia
Diplomado en Gestión y Administración Pública	66,8	Licenciado en Bellas Artes	51,7	Licenciado en Historia del Arte
Diplomado en Ciencias Empresariales	63,4	Licenciado en Historia del Arte	51,6	Licenciado en Humanidades
Licenciado en Criminología	55,5	Diplomado en Trabajo Social	50,8	Diplomado en Relaciones Laborales
Ingeniero Industrial	2,6	Maestro-Especialidad de Lengua Extranjera	7,4	Licenciado en Veterinaria
Ingeniero en Informática	1,9	Diplomado en Fisioterapia	7,2	Licenciado en Farmacia
Ingeniero de Telecomunicación	1,8	Licenciado en Farmacia	6,3	Ingeniero en Informática
Licenciado en Odontología	1,1	Licenciado en Odontología	1,3	Licenciado en Medicina
Licenciado en Medicina	0,0	Licenciado en Medicina	0,4	Licenciado en Odontología
Total	22,4	Total	25,3	Total

Imagen 4: Sobre educación Grado Turismo. Fuente: INE (2016)

En el próximo gráfico, obtenido del Libro Blanco del Grado en turismo (ANECA, 2004:47), se especifican las cualificaciones de los profesionales según el nivel de estudios. Como puede observarse, el grado de turismo debería aportar conocimientos y preparación más que suficientes como para cubrir puestos de características como: Cargos intermedios y Dirección de operaciones en cualquier empresa.



Imagen 5: Niveles responsabilidad organizaciones turísticas. Fuente: Libro Blanco del Turismo ANECA (2004)

Sin embargo, los datos actuales muestran que la realidad respecto al grado de turismo es muy diferente a lo esperado; actualmente es mucho más probable encontrar a un egresado en turismo en puestos de personal de base, los cuales están encaminados a estudiantes de ciclos formativos tales como: Grado Superior y Grado Medio.

También la amplia necesidad de personal para tareas de menor cualificación (ya sean limpiadoras, camareras de piso...) explica el porqué de esta sobre cualificación dentro del sector turístico. De este modo, los egresados de turismo terminan empleándose en trabajos que en realidad están destinados a aquellas personas con formación en educación secundaria.

DISTRIBUCIÓN DE OCUPADOS POR NIVEL DE FORMACIÓN

FUENTE: Exceltur a partir de los datos de Eurostat 2015 a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta de Población Activa 2016

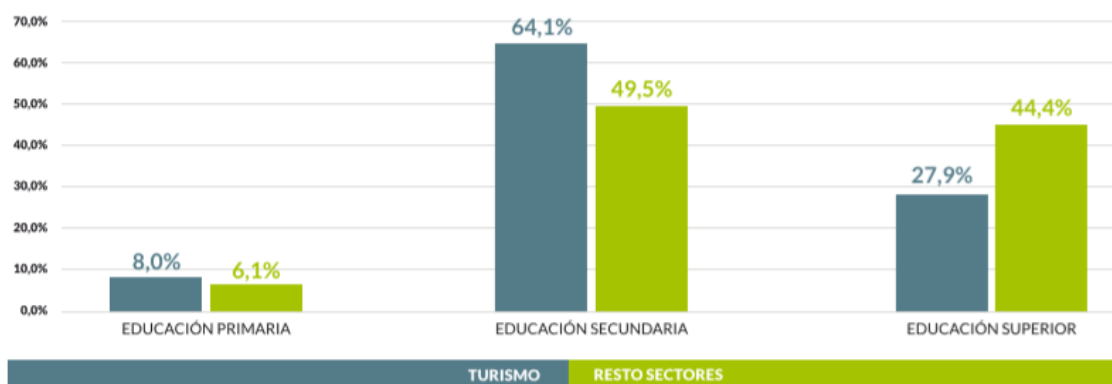


Imagen 6: Distribución de ocupados por nivel de formación. Fuente: Exceltur datos Eurostat (2015)

Sin embargo, cabe cuestionarse la siguiente pregunta, ¿Es este el principal factor de la sobre cualificación o afecta en cierta medida el posible hecho de que los graduados en turismo no sean los que ocupan los puestos destinados para ellos?

3.3. FORMACIÓN UNIVERSITARIA DUAL COMO INSTRUMENTO DE INSERCIÓN LABORAL: EJEMPLO ALEMANIA Y FRANCIA.

Esto nos lleva a querer conocer qué herramientas utilizan otros países para que los empleados con estudios superiores no terminen en puestos de baja cualificación en niveles tan altos como ocurre en el caso español, además de ayudar a la inserción de jóvenes egresados.

Universidades alemanas utilizan un sistema que ellos llaman: *The German Vocational Training System*, también conocido como formación universitaria dual, en el cual se integran los procesos de enseñanza y aprendizaje tanto en la universidad como en una empresa siendo esto una alternancia entre las horas lectivas y las horas prácticas en una empresa durante toda la etapa universitaria.

El origen de este tipo de formación dual en educación superior se sitúa en la década de los setenta con la creación de la *Berufsakademie* (Universidad Empresarial) en *Baden-Württemberg* (Alemania).

Incluso tenemos constancia de algunos datos que nos muestran el porcentaje de alumnos alemanes egresados que una vez finalizados sus estudios de formación dual son contratados por aquellas empresas en las que estaban trabajando; en el informe del CYD se afirma que;

“En los últimos dos años, más del 85% de los graduados han conseguido un contrato de trabajo indefinido con la graduación (2014-2016)”

Isabelle Le Mouillour, directora de la división en el Instituto federal de educación y formación profesional de Alemania (BIBB), nos muestra datos en una presentación sobre *“Employment aspects in dual training in Germany”* tales como los siguientes, en base a estudiantes de formación dual universitaria:

New contracts for apprenticeship (Sept 2016)	520.300
Apprentices in total (2015)	1.34 Mio.
Apprentices in a age cohort Male: 66,8%; female: 46,1% Ausbildungsabsolventenquote: 41,9% (2015)	52,4%
Average age (2016)	19,7
Offer apprenticeship placements (2016)	563.800
Enterprises involved in apprenticeships	428.000 (=20%)
Cancelation of contracts	24,4 %
Recognised training occupations	326
Employment after apprenticeship	66 %
Average salary	854 €

Imagen 7: Índice empleabilidad tras formación dual en Alemania. Fuente: Mouillour, Isabelle Le (2017)

Tan solo con el dato marcado podemos ver el éxito obtenido tras finalizar los estudios de formación dual en Alemania, este 66% es algo más actual al dato dado anteriormente siendo este del 2017.

También en Francia se aplica este método, como nos comenta Mehdi Boudjaoui en su artículo;

“En Francia, la formación en alternancia es una práctica educativa antigua que ciertos autores retrotraen al «compagnonnage» de época medieval”

Aunque no sería hasta el 1965 en que se aplicaría este sistema en el ámbito universitario, la formación en alternancia supondría, ante todo, un instrumento de movilización de los jóvenes, tanto en términos de flujo de mano de obra como de socialización profesional hacia las empresas

Y es que en estos países está siendo muy efectivo este tipo de formación en la cual la vida de un estudiante está muy ligada a la empresa a la que se dedica desde el primer año de su formación, fomentando que el estudiante crezca en la misma, que aprenda con ella y aplique sus conocimientos teóricos a la práctica durante todo su aprendizaje; todo esto suele desencadenar en que este, una vez finalizada su formación termine por ser contratado por la empresa en la que ha permanecido ese periodo.

Según el informe de la fundación CYD;

“La formación dual tiene una valoración positiva por parte de organismos como la OIT, la OCDE o la UNESCO, al considerarla como un buen mecanismo para reducir la tasa de desempleo y mejorar las aptitudes y habilidades de los jóvenes gracias a su proximidad al puesto de trabajo en la empresa”

Alemania y Francia destacan en la formación dual junto a universidades americanas, canadienses y australianas; aunque otros países han experimentado en la integración de modelos similares al comentado, tales como: Austria, Suecia, Holanda, Italia o Hungría.

Todo lo nombrado anteriormente va en relación con el ámbito internacional, aunque debemos nombrar que en España también ha habido algún intento por iniciar formación dual en las universidades.

En Cataluña, la universidad de Vilanova i la Geltrú inició en 2001 varias titulaciones en alternancia, sobre todos en titulaciones de ingeniería, pero a partir del curso 2011/2012 se dejaron de ofertar este tipo de plazas, para en 2012 ser la universidad de Lleida quien ve en la formación en alternancia una oportunidad para los estudiantes.

Lleida apuesta por el grado en Educación Primaria en formación en alternancia con un grupo de 65 estudiantes, combinando desde el primer curso el ámbito académico dentro de la universidad con el profesional en la escuela de educación primaria, desarrollando en esta un 40% de la actividad formativa presencial.

En el País Vasco desde el comienzo del curso 2012 se imparte el Grado en Ingeniería en Innovación de Procesos y Productos dual en la Escuela Universitaria del Instituto de

Máquina-Herramienta de Elgoibar (IMH), dando como resultado a una mayor adecuación del alumno a la empresa después de tres años formándose en ella y desencadenando en la contratación del alumno en la misma empresa o en otra similar, debido a la experiencia adquirida.

Y por último, cabe destacar el caso madrileño, donde el *Europäische Wirtschaftsakademie* (EWA) de Madrid, que adapta el modelo de la *Duale Hochschule* Baden-Württemberg colaborando con la Universidad de Alcalá, para la obtención de los títulos *Bachelor of Arts* (BA) de la DHBW, y el Grado *Management in Industry* de la Universidad de Alcalá desde el año 2010.

Otras universidades españolas apuestan por modelos que se asemejan a la formación dual o en alternancia, incluso en el caso de Sevilla actualmente, se intenta luchar por ofrecer más prácticas a lo largo del periodo académico y tener una mayor relación con las empresas del sector.

En muchos países este sistema es bastante exitoso y ayuda a la inserción laboral de los jóvenes que terminan sus estudios universitarios.

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS EMPÍRICO: ¿QUÉ VALORAN LAS EMPRESAS EN LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS EN TURISMO?

4.1. ¿QUÉ VALORAN LAS EMPRESAS EN LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES? ESTUDIOS PREVIOS

El cuatro de abril de 2018, Hosteltur publicó un artículo en el que se presentan los resultados de un informe realizado por Turijobs a más de 200 empresas del sector turístico para saber cuáles son los factores que más valoran las empresas a la hora de contratar estudiantes recién graduados en hostelería y turismo; los resultados obtenidos fueron los siguientes:



Las empresas valorarán lo tangible...

Factores que más tienen en cuenta las empresas a la hora de seleccionar estudiantes recién graduados en Hostelería y Turismo. Fuente: Turijobs

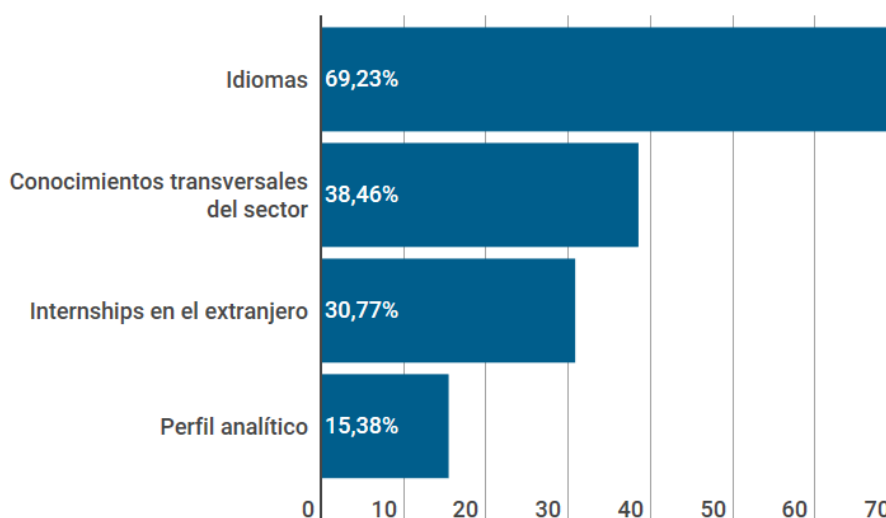


Imagen 8: Factores que tienen en cuenta las empresas para la contratación. Fuente: Hosteltur (2018)

Como hemos podido ver en la gráfica, los idiomas son lo que las empresas turísticas más valoran, convirtiéndose en un requisito primordial. Entre ellos se destaca inglés, alemán y francés entre los más demandados.

Las competencias transversales tales como: Trabajo en equipo, resolución de conflictos, toma de decisiones o adaptación a nuevos proyectos son aspectos, que, aunque no se encuentren en primera posición de los requisitos de las empresas, no dejan de suponer un 38,46% de los resultados del informe llevado a cabo por Turijobs.

Un tercer aspecto muy valorado por las empresas del sector, es que estos estudiantes hayan realizado un erasmus o tengan experiencia laboral en el extranjero; los empresarios afirman que esta experiencia que proporciona la estancia en otros países y la visión global que adoptan se convierte en un factor muy valorado para ellos.

Pero a pesar de todos los resultados, Xavier Martín (Director de Turijobs) afirma que;

“Las empresas del sector valoran la actitud por encima de todas las capacidades. Con ésta, los estudiantes pueden llegar a donde quieran”

Por otro lado, el cuatro de mayo de 2018, hosteltur publica un artículo en el que se habla de las actuales necesidades de las empresas turísticas; tanto Carlos Díez de la Lastra, Director general de la Escuela Les Roches Marbella, Fernando de Pablo, presidente de Segittur como Arturo Bernal, gerente de Turismo Costa del Sol, formaron parte de una mesa redonda centrada en “Turismo y Big Data”.

Carlos Díez de la Lastra, afirma que la tecnología de datos hoy día será lo que marque el futuro de nuestra industria, que nos encontramos ante las autopistas de la tecnología y debido a que en la actualidad tenemos acceso a enormes cantidades de información que es necesario filtrar, las empresas buscan talento capaz de gestionar la transformación digital que está viviendo el sector.

El Big Data forma parte del presente y es más que necesario prepararse para su gestión si se quiere seguir siendo una potencia turística mundial.

El director de Les Roches incide en que es necesario un consenso entre los actores de la industria para impulsar la formación de los profesionales del turismo de modo que se eleve la calidad del servicio en todos los tramos de la cadena, destacando que aquellos hoteles que más invierten en formación serán los que obtengan mejores resultados.

También añadió que;

“A pesar del esfuerzo de pymes y pequeños hoteles por unirse a esta transformación, sólo aquellos capaces de invertir en formación específica podrán competir con las plataformas surgidas en el entorno online y adelantarse a las necesidades del turista del futuro”

Carlos Díez de la Lastra.

Ambos artículos de Hosteltur anteriormente mencionados son trascendentales, ya que en ellos se pueden ver las competencias que el mercado laboral demanda de los estudiantes de turismo. De este modo, cada vez entran más en juego competencias transversales relacionadas más con el comportamiento y la forma de ser de la persona que con el conocimiento teórico en el sentido estricto de la palabra; así como nuevas competencias relacionadas con las tecnologías más actuales, que incitan a una revolución educativa en la que se dote a los estudiantes de las capacidades necesarias que permitan su empleabilidad en un nuevo y prometedor mercado emergente.

4.2. ¿QUÉ VALORAN LAS EMPRESAS EN LOS EGRESADOS EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA?

En este apartado se van a mostrar los resultados empíricos obtenidos tras la realización de encuestas y entrevistas a profesionales del sector turístico, con la finalidad de encontrar una respuesta a la pregunta que da nombre a esta sección.

Para clarificar la forma de proceder se muestra a continuación la siguiente tabla en la que se recoge la estructura seguida en este análisis empírico.

MÉTODOLOGÍA EMPLEADA		
OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN	Encuestas (*)	
	Entrevistas personales (*)	
MUESTREO	Muestra	Empresarios/profesionales del sector turístico que acogen estudiantes en prácticas del Grado en Turismo de la US
	Tamaño Muestra	16 encuestas 4 entrevistas personales
TRABAJO DE CAMPO	Periodo	mayo 2018 – julio 2018
	Lugar	Sede de las empresas y mediante correo electrónico
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	Técnicas estadísticas	Descriptivas
	Programa informático	EXCEL (2016)

Tabla 2: Metodología. Fuente: Elaboración propia. (*) Las encuestas y las entrevistas se incorporan como anexos a este trabajo.

4.2.1. ¿Qué valoran las empresas? Resultado de las encuestas.

Las encuestas arrojan información muy relevante que permite responder a muchas de las preguntas que se formulan en el presente trabajo.

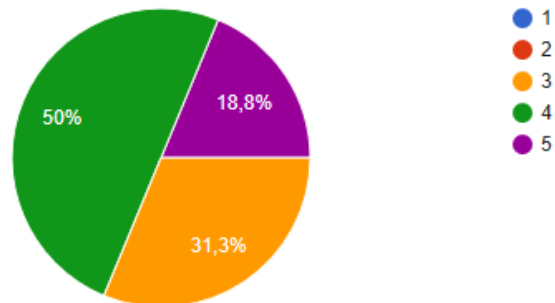
Estos cuestionarios fueron lanzados a 55 de los responsables de personal o recursos humanos regionales de las empresas que tienen convenio con la Universidad de Sevilla para la realización de las prácticas de los alumnos del grado en turismo; pero se debe añadir que ha habido una gran dificultad para obtener respuesta por parte de estos empleadores, de los cuales 16 han respondido finalmente a las preguntas propuestas en la encuesta.

Esto significa que del 100% de posibilidades de respuesta se contará con 29,09%, aunque es importante recalcar que, en estas 16 empresas, que suponen ese porcentaje del total, realizan sus prácticas ni más ni menos que 129 alumnos del grado en turismo. Incluso nos encontramos con que algunas de estas empresas tienen al año unos 60 alumnos en prácticas, quedando claro el peso que suponen las declaraciones de estos profesionales.

Una de las preguntas realizadas en esta encuesta está relacionada con el nivel de satisfacción con el que se encuentran estos responsables una vez realizadas las prácticas por el alumno, siendo el resultado el siguiente:

Indique el nivel de satisfacción con las prácticas realizadas por los alumnos del grado en turismo (Siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho)

16 respuestas



Gráfica 1: Nivel satisfacción prácticas realizadas. Fuente: Elaboración propia (Obtenido de Formulario de Google 2018)

Este gráfico muestra los porcentajes con respecto a cada una de las valoraciones de estos profesionales, para muy satisfecho siendo su valor 5 el porcentaje es de un 18,8% (respondieron 3 empleadores), para bastante satisfecho con un valor numérico de 4 el porcentaje es de un 50% (respondieron 8 empleadores) y para satisfecho con un valor numérico de 3 el porcentaje es de un 31,3% (respondieron 5 empleadores); Observándose que para los valores de nada satisfecho (1) y poco satisfecho (2) no ha habido ninguna respuesta.

Una de las preguntas que desvelan más información, es aquella relacionada a las competencias transversales y las específicas; por lo que respecta a las primeras, se les enumera a los encuestados unas ciertas competencias transversales tales como: Capacidad de organización y planificación, Conocimiento de una lengua extranjera, Conocimientos de informática relativa al ámbito de estudio, Resolución de problemas y toma de decisiones y Trabajo en equipo entre otras; algunas de las respuestas son las siguientes:

COMPETENCIAS	PORCENTAJE (%)
Capacidad de organización y planificación	37,5%
Conocimiento de una lengua extranjera	87,5%
Conocimientos de informática relativa al ámbito de estudio	0%
Resolución de problemas	81,3%
Toma de decisiones	50%
Trabajo en equipo	18,8%
Habilidades en las relaciones interpersonales	31,3%
Razonamiento crítico	18,8%
Compromiso ético	6,3%
Adaptación a nuevas situaciones	18,8%
Creatividad	6,3%
Liderazgo	12,5%
Iniciativa y espíritu emprendedor	43,8%

Tabla 3: Competencias transversales. Fuente: Elaboración propia (2018)

Estos porcentajes indican aquellos encuestados que consideran que estas competencias nombradas necesitan ser mejoradas.

Así, el conocimiento de una lengua extranjera es la que según los encuestados debe ser mayormente mejorada contando con un aplastante 87,5% y también la resolución de problemas cuenta con un número elevado como lo es un 81,3%; siendo los conocimientos informáticos con un 0%, y el compromiso ético y la creatividad con un 6,3% los que consideran que necesitan menor mejora.

Con respecto a las competencias específicas, los resultados fueron los siguientes (donde nuevamente se indica el porcentaje de profesionales que opinan que dicha competencia necesita ser mejorada):

COMPETENCIAS	PORCENTAJE (%)
Manejo fluido lengua inglesa	81,3%
Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera	75%
Conocimiento y aplicación de conceptos básicos en materia de: Derecho, Economía, Geografía, Estadística y Dirección de empresas, entre otros.	0%
Análisis dimensión e impactos económicos generados por el turismo	0%
Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas	25%
Comprensión del marco legal que regula las actividades turísticas	6,3%
Conocimiento y aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones	12,5%
Comprensión de procesos de innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor.	12,5%
Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica.	31,3%
Orientación de las relaciones sociales en la organización	18,8%

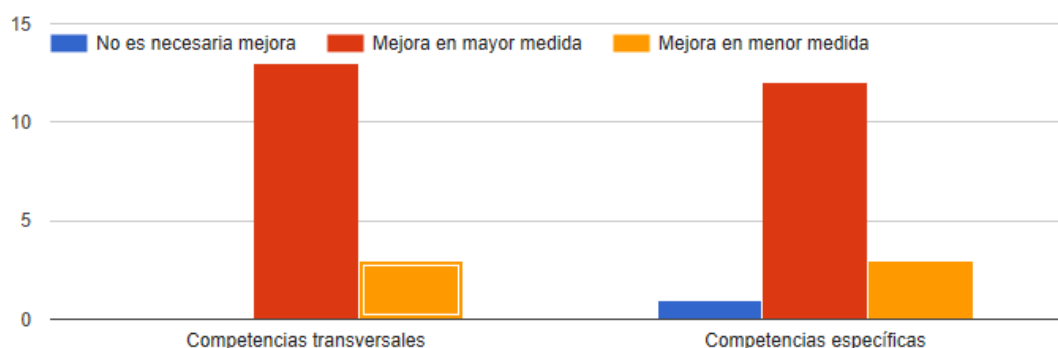
Tabla 4: Competencias específicas. Fuente: Elaboración propia (2018)

De este modo, se observa como el manejo de la lengua inglesa abarca un 81,3%, la comunicación oral y escrita de una lengua extranjera se posiciona con un 75% y la capacidad de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica implican un 31,3%, como datos más significativos.

En base a las competencias transversales, 13 de los empresarios que han respondido la encuesta afirman que estas deben ser mejoradas en mayor medida mientras que 3 de los empresarios afirman que deben ser mejoradas en menor medida.

Y en base a las competencias específicas, 12 afirman la necesidad de mayor medida de mejora, 3 responden que la mejora debe ser en menor medida y se encuentra un resultado de 1 encuestado que afirma no ser necesaria ninguna mejora en este tipo de competencias,

¿En que tipo de competencias cree usted que deberían mejorar los estudiantes de turismo?

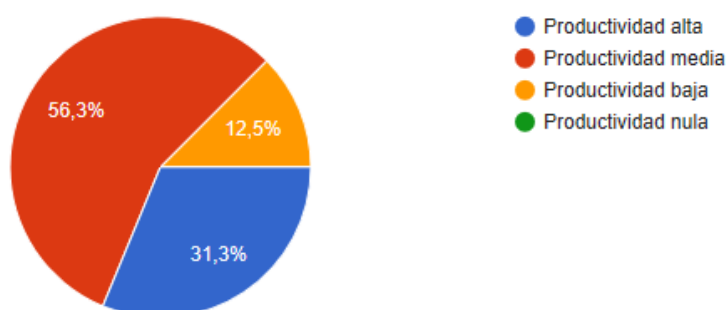


Gráfica 2: Medida de mejora competencias específicas y transversales. Fuente: Elaboración propia (Obtenido de Formulario de Google 2018)

Teniendo toda esta información se procedía en la encuesta a preguntar cual es definitivamente la precepción de los empleadores con respecto a la productividad de los alumnos en prácticas del grado en turismo, siendo este el resultado:

En general; ¿cual es el grado de productividad percibida en los alumnos del grado de turismo?

16 respuestas



Gráfica 3: Productividad percibida. Fuente: Elaboración propia (Obtenido de Formulario de Google 2018)

Siendo 5 profesionales los que responden que la productividad percibida es alta, implicando un total de un 31,3%; 9 de los profesionales consideran que la productividad de los alumnos es media, suponiendo un 56,3% y por último, 2 respuestas opinan que la productividad es baja, con un 12,5%; pero ninguna respuesta que refleje una productividad nula.

La penúltima cuestión dejaba una pregunta abierta en las que los profesionales de recursos humanos deberían especificar cuál creen que podría ser el “Talón de Aquiles” de estos alumnos. Muchos de ellos afirman que el idioma es una de las limitaciones más grandes, otros confiesan que hay un miedo escénico al trato directo con el cliente por parte del alumno y poca iniciativa, muchos comentan una actitud negativa por parte de alumnos españoles, pero no por parte de los alumnos en prácticas extranjeros, falta de compromiso con las prácticas debido a no ser remuneradas, falta de responsabilidad, etc.

Y la última cuestión, va dirigida a averiguar qué deben poseer estos alumnos para ser considerados como posibles empleados de estas empresas encuestadas; ante todo se recalcan aspectos relacionados con la actitud, tales como: sentido de la responsabilidad, madurez, buena voluntad, compromiso; También algunas competencias como: El idioma, resolución de conflictos, trabajo en equipo, capacidad de organización; y algunos aspectos más como: aceptación de las circunstancias laborales del sector, aceptación de las críticas... entre otros.

4.2.2. ¿Qué valoran las empresas? resultado de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a cuatro personas especializadas en el sector turístico todavía desvelan más información que las encuestas; en total estos cuatro empleadores cuentan con 60 alumnos en prácticas anualmente en su empresa, siendo Meliá el que más con un número de 40 alumnos, le sigue Barceló con 10 alumnos, CONTURSA FIBES con 6 alumnos y la agencia de viajes B The Travel Brand con 4 alumnos anualmente.

Aquellos que tienen más experiencia en el sector y en su puesto son Elena Moros Diaz y Fernando Bocardo Crespo, con 30 y 28 años de experiencia respectivamente, siendo su opinión muy importante puesto que conocen sobradamente el sector al que se dedican, habiendo afirmado ambos dedicarse, además, por vocación.

Por lo que respecta a Enrique Castilla Gavilán, es un profesional joven con muchas ganas y capaz de identificar con facilidad el talento de las personas, con 4 años en su puesto afirma dedicarse a lo que realmente le apasiona.

Ante la primera pregunta que se les plantea, si quedan o no satisfechos con los alumnos en prácticas, todos coinciden en que en términos generales sí quedan satisfechos, aunque bien es cierto que hay matices. Muchos de nuestros profesionales comentan que en algunas ocasiones no quedan satisfechos al 100%, pero son pocas las veces en las que esto acontece; muy relacionada a esta cuestión, se pregunta por la actitud de estos alumnos en las prácticas a lo que responden que la actitud suele ser positiva, pero hay algunos alumnos que consideran las prácticas como algo más que forma parte de la carrera universitaria y no se lo toman demasiado en serio.

A partir de la siguiente pregunta se pretende conseguir dar respuesta en mayor medida a los objetivos de esta investigación, y es aquí donde se intenta averiguar cuáles podrían ser las mejoras con respecto a competencias específicas y las competencias transversales en las prácticas, de modo que estos alumnos sí sean tenidos en cuenta para su contratación en la empresa; Elena Moros y Carmen Alonso coinciden en que

por lo que respecta a competencias específicas es muy normal que los alumnos en principio lleguen algo perdidos, en general afirman que estas competencias específicas deben ser adquiridas con la puesta en práctica de las labores diarias de la empresa puesto que hay programas y un *know-how* muy específico dentro de sus compañías, con ejemplos como el programa de reservas OPERA, o el que utilizan en la agencia de viajes de B The Travel Brand.

En cambio, Fernando Bocardo y Enrique Castilla, a pesar de coincidir en algunos aspectos con Elena y Carmen, consideran que hay una tara muy grande en los alumnos en prácticas y es el idioma, recalcan que no son excesivamente estrictos pero que sí pedirían que estos alumnos tuviesen mínimo un B2 de inglés, ya que las características del sector y el tipo de empresas al que se dedican así lo requiere; CONTURSA FIBES trata con personas y empresas de alrededor de todo el mundo, es imprescindible poder comunicarse con ellos y Meliá lucha por una atención cada vez más personal y resolutive para con el cliente y es necesario dirigirse a ellos con total soltura y que estos sean comprendidos y se sientan como en casa.

En relación con las competencias transversales, muchos de nuestros entrevistados dicen que los alumnos llegan un poco retraídos, esperan a recibir indicaciones, no son muy proactivos, ni mucho menos resolutivos; aunque Elena y Enrique aseguran que estas competencias son inherentes a la persona y que en un mes puede verse quién tiene talento, facilidad para adaptarse, compromiso con la empresa y quién por el contrario no. Dada su importancia, es en esta respuesta en la que los entrevistados se basan para responder a la pregunta sobre qué debe tener este alumno para ser tenido en cuenta por su empresa.

Elena Moros Díaz asegura que ellos pedirían mínimo estos aspectos: Empatía con el cliente, proactividad y capacidad resolutive por parte del alumno; Fernando Bocardo en cambio opina que sería necesaria la capacidad de rápido aprendizaje y mejora importante del idioma (inglés), Enrique Castilla incide en que Meliá valora ante todo el esfuerzo, el compromiso y la ilusión.

Una vez cumplen estos requisitos la pregunta siguiente está relacionada con la posición jerárquica a las que estos alumnos contratados pueden optar en la empresa teniendo, nada más, el grado de turismo; Elena Moros comenta que en Barceló apuestan por la búsqueda del talento, con lo cual, aunque los alumnos comiencen en puestos de ayudante de recepción o similares, con experiencia y tiempo pueden acceder a puestos de dirección. Enrique Castilla añade que muchos de los jefes de Meliá Lebreros son diplomados en turismo, que en Meliá los alumnos comienzan cubriendo vacaciones en verano y que si estos demuestran valer se les va prorrogando el contrato, anualmente van valorando las capacidades de estos alumnos que ya han sido contratados y se les plantea un plan de carrera en la propia empresa, aunque incide que avanzar en Meliá es avanzar en la compañía, no solo en el Meliá Lebreros.

Ante la cuestión sobre que piensan estos profesionales con respecto al 76,5% de sobre educación de los egresados en turismo que el informe de la Fundación Conocimiento y Desarrollo del 2016 nos muestra, todos los profesionales están más que de acuerdo en que el alumno comienza desde abajo y en el sector turístico mínimo se exige el graduado en turismo para ejercer como ayudante de recepción, esto no quita que estos alumnos tengan la oportunidad de ascender a mejores puesto en la empresa acordes a su formación, siempre que estos alumnos contratados tengan aquello que la empresa busca; Carmen Alonso añade algo diferente a los demás, asegura que mucha de la sobre cualificación de estos egresados en turismo se debe al sexo, aunque no sabe cómo está el porcentaje actual de hombres y mujeres trabajando en el sector, asegura que cuando ella terminó la diplomatura eran más

mujeres que hombres los que trabajaban y que los hombres siguen ocupando los cargos con más responsabilidad y de dirección, eso se debe a que la mujer sacrifica su futuro laboral y su promoción profesional por sus hijos y sus cargas familiares, de ahí que haya sobre educación en turismo. Todos reconocen que en la mayoría de los casos son más las variables endógenas las que afectan a la contratación de los egresados que las exógenas; inciden en que puede haber crisis o no, pero trabajo hay y quien vale trabaja.

La formación dual ha sido un tema interesante que alguno de los entrevistados desconocía, afirman que suena muy bien y que ellos como empresa si acogerían a estos alumnos para que estuviesen con ellos durante esos cuatro años de formación, aunque como Elena Moros comenta ni siquiera la formación dual facilita que el alumno conozca la realidad del sector turístico porque seguiría trabajando de lunes a viernes, cuatro horas y en el mismo turno; Fernando Bocardo piensa que este sistema dual favorecería mucho la contratación de estos alumnos siempre y cuando sea un número inferior al número de alumnos que tienen anualmente de prácticas en la empresa, si no esto sería imposible.

También hay una pregunta encaminada a averiguar si fuese necesaria una mayor colaboración entre las empresas del sector y la Universidad de Sevilla, y ante esta pregunta la respuesta es unánime, sí debería haber mayor colaboración y sobre todo la Universidad debería de interesarse por averiguar cuáles son las verdaderas necesidades de las empresas y esto desencadena en la última cuestión de la entrevista, que deja al entrevistado la posibilidad de dar su *feedback* al plan de estudios de la Universidad de Sevilla:

“Falta mucha información con respecto a lo que es la carrera de turismo. ¡Turismo es trabajar duro! Mientras otros se divierten... tal vez se deba recalcar esto, para poder obtener buenos profesionales, que se dediquen a este sector por verdadera vocación”

Elena Moros, Responsable regional de recursos humanos de hotel Barceló.

“Se imparten muchas materias con un contenido excesivamente teórico que seguramente a los pocos meses ya lo has olvidado y poca materia práctica”

Fernando Bocardo, jefe de personal CONTURSA FIBES.

“El tiempo de las prácticas es escaso, los turnos limitados... la empresa no llega a conocerse por el alumno, ni el puesto, ni el sector. No es lo mismo un turno de mañana que de tarde que de noche, ni siquiera los fines de semana”

Enrique Castilla, Jefe Departamento de Recursos Humanos hotel Meliá Lebreros.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES

5.1. CONCLUSIONES

Para concluir este estudio, en este último capítulo se van a resumir los puntos clave obtenidos en el trabajo de campo.

Desde el inicio pretendíamos averiguar cuales eran las variables que podían afectar a la contratación de los egresados en turismo, llegando a la conclusión que más que factores externos son internos, pero no precisamente es la educación impartida en el Grado de Turismo la que plantea el mayor problema.

Bien es cierto que el plan de estudio debería modificarse en algunos aspectos, teniendo en cuenta que muchas de las recomendaciones de los profesionales entrevistados desembocan en una mejora en el uso de una lengua extranjera, en particular el inglés.

“No es cuestión de hablar tres idiomas, no exigimos eso, pero si un buen nivel de inglés”

Fernando Bocardo, jefe de personal CONTURSA FIBES.

El grado permite terminar con un nivel B1 en inglés, pero todos los entrevistados coinciden en que mínimo los egresados en turismo deberían poseer un nivel B2 en esta lengua.

También hay que añadir que en muchas ocasiones las prácticas no son del todo realistas, puesto que el sector turístico no es un sector en el cual las horas laborales queden comprendidas tan solo entre las 9:00h a 21:00h de lunes a viernes y esto hace que el alumno ya egresado nunca conozca la realidad de un empleo sacrificado como lo son aquellos integrados en el sector turístico.

“Tres meses no son suficientes para conocer un puesto de trabajo, cuando realmente empieza a conocerse, las prácticas ya están finalizando”

Enrique Castilla, Jefe Departamento de Recursos Humanos hotel Meliá Lebreros.

Como el jefe de recursos humanos del Hotel Meliá Lebreros afirma, no es simplemente el desconocimiento de la realidad del sector, sino el escaso periodo de tiempo dedicado a las prácticas de empresa que se realizan en la Universidad de Sevilla, ante esta situación se planteaba la formación dual que se imparte tanto en Alemania como Francia, afirmando varios de estos profesionales que si apostarían por estos alumnos que crecerían dentro de la empresa durante los cuatro años que supone el Grado de Turismo.

Un aspecto también fundamental es la necesidad de una mayor cooperación por parte de las empresas y la Universidad de Sevilla, para adaptar de algún modo a los alumnos que vayan a realizar prácticas con el puesto que se ofrece en especial dentro de la compañía, debido a que no es lo mismo un puesto en un departamento de

reservas en el back-office, que un puesto de recepcionista en el que se debe estar cara al público, como tampoco es lo mismo un hotel cinco estrellas como lo pueda ser uno de dos estrellas o una pensión. De este modo los alumnos que optan a las prácticas deben satisfacer los requisitos de la propia empresa y no basarse solamente en una media académica.

Sin embargo, a pesar de algunas carencias en el plan de estudios, el factor más importante resulta ser la actitud por parte de estos egresados.

En el estudio se ha hablado de que los egresados en turismo tienen un índice del 76,5% de sobre educación, esto se debe mayoritariamente a la actitud de estos egresados. La falta de experiencia por parte de estos egresados hace que las empresas los contraten en puestos de trabajo para los que no es necesaria tanta formación para desempeñar esa labor, el problema surge en el momento en que la actitud no es la más idónea para seguir avanzando en la compañía puesto que algunos profesionales entrevistados afirman lo siguiente:

“En Barceló si damos posibilidad de ascender, ofrecemos un plan de carrera, pero esto depende de la persona; Barceló se dedica a captar talentos y eso se ve a la semana de trabajo del alumno. En esa semana somos capaces de saber si esa persona es válida o si no lo es. Puede incluso llegar a dirección”

Elena Moros, Responsable regional de recursos humanos de hotel Barceló.

“Hay posibilidad de desarrollo, muchos jefes de algunos departamentos de nuestro hotel son diplomados en turismo. Esto lo vamos valorando de manera anual y la empresa da oportunidad a un plan de desarrollo en la compañía, aquí no se valora si la persona tiene un grado o un máster o un título de actividades turísticas... Valoramos como se desenvuelve en su puesto, su desempeño”

Enrique Castilla, Jefe Departamento de Recursos Humanos hotel Meliá Lebreros

Es bastante evidente que las posibilidades que dan las grandes empresas en cuanto a desarrollo profesional son amplias, pero esto va a depender en gran medida de la actitud del egresado.

En el estudio se ha pretendido profundizar mucho en el tipo de competencias que deberían ser mejoradas por el alumno, cuando en realidad llegamos a la conclusión de que se valora más la actitud del alumno mediante su desempeño que la propia formación teórica.

5.2. RECOMENDACIONES FINALES

Una vez concluido el apartado anterior, queda clara la necesidad de implantar mejoras para tratar de resolver el problema que se plantea en este estudio, no solo a nivel educativo, sino también a nivel personal.

Por lo que respecta al ámbito académico, resulta más que necesaria una mejora en el nivel de una lengua extranjera, en especial el inglés, debido a que, como ya se ha comentado en apartados anteriores, durante el grado en turismo impartido por la

Universidad de Sevilla, no es hasta el segundo año de carrera cuando se comienzan a impartir clases de idiomas.

Ante esta situación, sería interesante replantearse el comienzo del aprendizaje de otro idioma desde el primer año de carrera, además de forzar a que el nivel de los egresados se asemeje al título oficial B2, al menos en inglés, idioma fundamental en el trato con personas de todo el mundo, puesto que no debemos obviar que el sector turístico no solo implica tener que poder ponernos en contacto con clientes de todo el mundo, sino que permita también la movilidad internacional de los estudiantes del Grado de Turismo.

Además, otra posible mejora podría estar enfocada a la organización de las prácticas en empresas, dando a esta mayor importancia de la que tienen actualmente. De este modo, se propondría la posibilidad de incrementar el periodo de prácticas de tal forma que quedasen repartidas a lo largo de los cuatro años de carrera o por lo menos en los tres últimos, siguiendo como modelo la formación dual implantada en otros países, aunque no teniendo porque ser exactamente del mismo modo.

En cuanto a la actitud, la principal mejora que se propondría consistiría en informar en mayor medida acerca de las salidas profesionales y contenido del Grado de Turismo, las características del sector, el tipo de contratación, etc. Así, el futuro egresado estaría totalmente informado de lo que le deparará el mundo laboral, de manera que pueda afrontarlo con una actitud más positiva, además de fomentar que estos se dediquen al sector por verdadera vocación.

Todo esto permitiría mejorar la actitud con la que los estudiantes afrontan las prácticas y, posteriormente, su futuro profesional. No obstante, la actitud positiva debería ser algo innato del estudiante, ese algo que le aporte la fuerza necesaria para incrementar sus conocimientos, pero aun más, que le lleve a triunfar en su vida profesional. Y es que como afirma Victor Küppers:

“(V = (c+h) x A) Lo que vales es igual a la suma de tus conocimientos y tu experiencia o habilidad, pero lo que realmente es importante es la ACTITUD.

*Mientras que conocimiento y experiencia suman, **LA ACTITUD MULTIPLICA.**”*

BIBLIOGRAFÍA

- Ali, Alisha, Hilary Catherine Murphy, and Sanjay Nadkarni. 2017. "Sustainable Development and Hospitality Education: Employers' Perspectives on the Relevance for Graduate Employability." *Journal of Teaching in Travel and Tourism* 17(3):159–72. Retrieved (<https://doi.org/10.1080/15313220.2017.1331782>).
- Aneca. 2004. "Libro Blanco; Titulo de Grado En Turismo." *Agencia Nacional de Evaluación de La Calidad y Acreditación* 262. Retrieved (<http://www.uned.es/espacio-europeo/pdf/Libro-blanco-turismo.pdf>).
- Anon. 2016. "Informe CYD2016 Graduados Universitarios y Mercado de Trabajo Capitulo 2." Retrieved (http://www.fundacioncyd.org/images/informeCyd/2016/Cap2_ICYD2016.pdf).
- Boudjaoui, Mehdi, Jean Clénet, and Mokhtar Kaddouri. 2015. "La Formación En Alternancia En Francia: Entre Prácticas Sociales y Objeto de Investigación." *Educar* 51(2):239–58. Retrieved (<http://educar.uab.cat/article/view/679>).
- Canalis, Xavier. 2018. "¿Estudias Turismo? Esto Es Lo Que Más Valorarán de Ti Las Empresas." Retrieved (https://www.hosteltur.com/127424_estudias-turismo-esto-es-lo-valoraran-ti-empresas.html#).
- Canalis, Xavier. 2014. "Empleo Turístico En España: ¿cantidad o Calidad?" *Hosteltur*. Retrieved (https://www.hosteltur.com/183680_empleo-turistico-espana-cantidad-calidad.html#).
- Caparr, Antonio. 2007. "La Naturaleza de La Temporalidad En El Empleo: Nueva Evidencia Empírica (*)." 49:59–102.
- Crosier, David, Anna Horvath, Viera Kerpanova, Daniela Kocanova, and Jari Riihelainen. 2006. "Modernización de La Educación Superior En Europa." 812.
- Decreto, Real. 1996. "9296 50." 14947–49.
- El, Alfonso X., D. E. La, and Alfara Del. 2011. "Oferta de Titulaciones." (1):1–318.
- España, Gobierno de. n.d. "Ministerio de Educación, Cultura y Deporte." Retrieved (<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/mc/lomce/lomce/presentacion.html>).
- Eurico, Sofia Teixeira, João Albino Matos Da Silva, and Patrícia Oom Do Valle. 2015. "A Model of Graduates Satisfaction and Loyalty in Tourism Higher Education: The Role of Employability." *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education* 16:30–42. Retrieved (<http://dx.doi.org/10.1016/j.jhlste.2014.07.002>).
- Exceltur. 2018. "Estudio Sobre Empleo En El Sector Turísticos Español."
- Gómez, Venancio Bote. 2015. "Turismo y Desarrollo Económico En España: Del Insuficiente Reconocimiento a La Revalorización de Su Función Estratégica." *Papers de Turisme* (14–15):117–29. Retrieved (<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/420>).
- Hosteltur. 2018. "El Empleo En Turismo Repuntó Un 4,5% En El Último Trimestre de 2017." Retrieved (https://www.hosteltur.com/126453_empleo-turismo-repunto-45-ultimo-trimestre-2017.html).
- Hosteltur. n.d. "Las Empresas, En Busca de Talento Que Gestione La Transformación Digital." Retrieved (https://www.hosteltur.com/127907_empresas-busca-talento-gestione-transformacion-digital.html).
- INE. 2015. "Situación Laboral a Finales De 2014." 2014:20. Retrieved (<http://www.ine.es/prensa/np957.pdf>).
- Lauterbach, Uwe and Ute Lanzendorf. 1997. "El Sistema Dual de Formación Profesional En Alemania: Funcionamiento y Situación Actual." *Revista Interuniversitaria de Formación Del Profesorado* 30:51–68. Retrieved (http://maxconn.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1223244759.pdf).
- Lluís, Jordi, Coiduras Rodríguez, Sofia Isus Barado, Isabel Del, and Arco Bravo. 2015.

- “Formación Inicial de Docentes En Alternancia. Análisis Desde Las Percepciones de Los Actores En Una Experiencia de Integración de Aprendizajes.” 512:2014–8801. Retrieved (<http://dx.doi.org/10.5565/rev/educar.670>).
- Lozano Francisco, Samara and Isabel Vázquez Bermúdez. 2014. *Turismo y Empleo: Estudio de Una Zona Geográfica (Sevilla y Comparación Con Andalucía), Trabajo Fin de Grado : Grado En Turismo*. [Sevilla: El Autor]. Retrieved March 15, 2018 (<http://fama.us.es/record>).
- Mouillour, Isabelle Le. 2017. “Employment Aspects in Dual Training in Germany Education and Training System in Germany.” (May).
- OIT. 2016. “Perspectivas Sociales Empleo Mundo.” *Organizacion Internacional Del Trabajo* 4. Retrieved (http://www.ilo.org/global/research/global-reports/youth/2016/WCMS_513747/lang--es/index.htm).
- Roura, Juan Ramón Cuadrado. 1999. “El Sector Servicios y El Empleo En España: Evolución Reciente y Perspectivas de Futuro.” *Revista de Economía Aplicada* VIII:177–80.
- Sevilla, Universidad D. E. 1999. “Turismo , a Impartir En La Escuela Universitaria de Estudios Empresariales . La Junta de Gobierno de Esta Universidad , En Sesión Celebrada El Día 14 de Junio de 1999 , Aprobó El Plan de Estudios Conducente a La Obtención Del Título de Diplomado En Turism.”
- UNESCO, Cátedra. 2015. *Barómetro de Empleabilidad y Empleo 2015 Barómetro de Empleabilidad y Empleo 2015*.

ANEXOS

A. La encuesta realizada a los empresarios del sector:

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y TRANSVERSALES EN LAS PRÁCTICAS EXTERNAS, GRADO EN TURISMO.

Estimado lector; le agradeceríamos que contestase a estas cuestiones que ayudarán en un trabajo de fin de grado.

*Obligatorio

1.

Número de trabajadores de la empresa

*

2.

¿Cuántos alumnos en prácticas de turismo tenéis en vuestra empresa anualmente?

3.

Indique el nivel de satisfacción con las prácticas realizadas por los alumnos del grado en turismo (Siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho) *

Marca solo un óvalo.

1

2

3

4

5

4.

En general; ¿cuál es el grado de productividad percibida en los alumnos del grado de turismo? *

Marca solo un óvalo.

Productividad alta

Productividad media

Productividad baja

Productividad nula

5.

Con respecto a las siguientes competencias transversales, ¿Cuáles cree usted que necesitarían ser mejoradas por los alumnos de turismo? (Puede marcar varias opciones)

Selecciona todos los que correspondan.

- Capacidad de organización y planificación
- Conocimiento de una lengua extranjera
- Conocimientos de informática relativa al ámbito de estudio
- Resolución de problemas
- Toma de decisiones
- Trabajo en equipo
- Habilidades en las relaciones interpersonales
- Razonamiento crítico
- Compromiso ético
- Adaptación a nuevas situaciones
- Creatividad
- Liderazgo
- Iniciativa y espíritu emprendedor

6.

Por lo que respecta a competencias específicas; ¿Cuáles de las siguientes cree usted que deben mejorarse?

Selecciona todos los que correspondan.

- Manejo fluido lengua inglesa
- Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera
- Conocimiento y aplicación de conceptos básicos en materia de: Derecho, Economía, Geografía, Estadística y Dirección de empresas, entre otros.
- Análisis dimensión e impactos económicos generados por el turismo
- Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas
- Comprensión del marco legal que regula las actividades turísticas
- Conocimiento y aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones
- Comprensión de procesos de innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor.
- Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica.
- Orientación de las relaciones sociales en la organización
- Otro: _____

7.

¿En qué tipo de competencias cree usted que deberían mejorar los estudiantes de turismo? *

Selecciona todos los que correspondan.

	No es necesaria mejora	Mejora en mayor medida	Mejora en menor medida
Competencias transversales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Competencias específica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.

¿Cuál es el principal "Talón de Aquiles" de los alumnos en prácticas del grado en turismo? Según su experiencia.

9.

¿Qué debería tener este alumno en prácticas para ser considerado como posible empleado de su empresa?

EMPRESA	1	2	3	4	5	6	7.A	7.B	8	9
PETIT PALACE HOTELES	500	20-30	5	Productividad alta	Conocimiento de una lengua extranjera	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	El idioma	Motivación, idiomas, ganas
H10 CORREGIDOR HOTEL BOUTIQUE	24	2	4	Productividad media	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Trabajo en equipo	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera	Mejora en menor medida	Mejora en mayor medida	los idiomas, el nivel es bajo	Madurez, sentido de la responsabilidad, formación media, alto nivel de inglés, otros idiomas a menor nivel, trabajo en equipo
HOCATSASEIS SL - HOTELES CATALONIA	30	2	3	Productividad media	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Iniciativa y espíritu emprendedor	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera	Mejora en menor medida	Mejora en mayor medida	IDIOMAS	BUEN NIVEL IDIOMAS, ADAPTACION A CADA SITUACION, RESOLUCION DE PROBLEMAS, CAPACIDAD DE ORGANIZACION, TRABAJO EN EQUIPO...
HOTEL VENEZIA	7	2	4	Productividad media	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Toma de decisiones, Habilidades en las relaciones interpersonales, Creatividad, Liderazgo, Iniciativa y espíritu emprendedor	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas, Orientación de las relaciones sociales en la organización	Mejora en mayor medida	Mejora en menor medida	FALTA CONOCIMIENTO Y FLUIDEZ DE IDIOMAS. MIEDO ESCÉNICO AL TRATO DIRECTO CON EL CLIENTE. POCA INICIATIVA	AL MENOS, LOS PUNTOS ANTERIORES MARCADOS COMO DÉBILES.

<p>CONTURSA FIBES</p>	<p>40</p>	<p>2</p>	<p>4</p>	<p>Productividad alta</p>	<p>Capacidad de organización y planificación, Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Habilidades en las relaciones interpersonales</p>	<p>Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Conocimiento y aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica.</p>	<p>Mejora en mayor medida</p>	<p>Mejora en mayor medida</p>	<p>IDIOMAS</p>	<p>Las competencias comentadas anteriormente.</p>
<p>NOVOTEL SEVILLA</p>	<p>43</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>Productividad baja</p>	<p>Capacidad de organización y planificación, Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Habilidades en las relaciones interpersonales, Iniciativa y espíritu emprendedor</p>	<p>Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica.</p>	<p>Mejora en mayor medida</p>	<p>Mejora en mayor medida</p>	<p>idiomas, conocimientos técnicos hostelería</p>	<p>nivel idiomas mínimo B2 (inglés y/o francés), capacidad aprendizaje, capacidad trabajo en equipo, motivación e interés.</p>

MUSEO DEL BAILE FLAMENCO	12	60	4	Productividad media	Capacidad de organización y planificación, Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Toma de decisiones, Razonamiento crítico, Adaptación a nuevas situaciones, Iniciativa y espíritu emprendedor	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas, Comprensión de procesos de innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor., Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica.	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	En los españoles: actitud hacia el trabajo, falta de iniciativa propia. Con los practicantes extranjeros percibimos otra postura.	Espíritu de equipo, aceptar las circunstancias laborales de una empresa de índole turístico cultural, interés en su progreso, posibilidad de observar e iniciativa de propuestas de mejora. transfer de sus conocimientos teóricos adquiridos al mundo real y esto es la mayor deficiencia que observamos en los estudiantes españoles, como no tuvieren idea del marketing turístico, etc.
NH HOTELES	1	12	4	Productividad media	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Iniciativa y espíritu emprendedor	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	Idioma y realidad del mundo laboral. Conocer un poco más las características del puesto. Deberían de hacer prácticas los mismos profesores para estar al día de lo que se requiere.	Capacidad para resolver cualquier tipo de imprevisto; cualidades de empatía y conocedor del producto.

HOTEL ABRIL	7	1	4	Productividad media	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Habilidades en las relaciones interpersonales	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Protocolo & Saber Estar / Conocimientos básicos & generales de la ciudad	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	Les falta el trato hacia el cliente (TODOS tutean a los clientes) y el miedo a hablarle al cliente en otro idioma	Ganas de aprender y buena voluntad
PALACIO DE LAS DUEÑAS	25	2	3	Productividad media	Capacidad de organización y planificación, Resolución de problemas, Toma de decisiones, Compromiso ético, Liderazgo, Iniciativa y espíritu emprendedor	Management, dirección y gestión de los distintos tipos de entidades turísticas, Comprensión de procesos de innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor., Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica., Orientación de las relaciones sociales en la organización	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	no se les ve comprometidos con las practicas, piensan que solo es algo más.	compromiso en el trabajo y ganas de ganarse el puesto de trabajo
HOTEL ABANICO	24	04-jun	3	Productividad baja	Capacidad de organización y planificación, Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Toma de decisiones, Trabajo en equipo, Adaptación a nuevas situaciones	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Trato con público- Atención al cliente	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	Idiomas y cualquier función cara al cliente.	Interés y ganas de aprender.

NH HOTELES	56	4	5	Productividad alta	Conocimiento de una lengua extranjera, Toma de decisiones, Habilidades en las relaciones interpersonales	Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera, Orientación de las relaciones sociales en la organización	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	idioma y las relaciones interpersonales	Aptitud positiva, proactividad y manejo de idiomas
AYUNTAMIENTO SAN JUAN DE AZNALFARACHE	250	1	5	Productividad alta	Toma de decisiones	Comprensión del marco legal que regula las actividades turísticas	Mejora en mayor medida	Mejora en menor medida		
HOTEL EME CATEDRAL	100	4	3	Productividad media	Capacidad de organización y planificación, Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Razonamiento crítico, Adaptación a nuevas situaciones, Iniciativa y espíritu emprendedor	Manejo fluido lengua inglesa, Conocimiento y aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, Capacidad de aplicación conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos a la práctica.	Mejora en mayor medida	Mejora en mayor medida	Conocimiento de idiomas extranjeros y sentido de responsabilidad	Iniciativa, ganas de aprender, aceptación de las críticas
HOTEL MURILLO	50	4	4	Productividad media	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Toma de decisiones	Manejo fluido lengua inglesa	Mejora en menor medida	Mejora en menor medida		
NH HOTELES	60	11	4	Productividad alta	Conocimiento de una lengua extranjera, Resolución de problemas, Toma de decisiones, Trabajo en equipo, Razonamiento crítico	Manejo fluido lengua inglesa, Comunicación de manera oral y escrita de segunda lengua extranjera	Mejora en mayor medida	No es necesaria mejora	Corto periodo de prácticas	Ser responsable, ganas, buen nivel de idiomas, don de gentes, ...

B. La entrevista realizada a los profesionales del sector

CUESTIONES:

1. Nombre de la empresa.
2. Cargo que tiene usted en esta empresa.
3. ¿Cuántos años lleva en la empresa? ¿Y en el sector?
4. ¿Qué cantidad de alumnos en prácticas del grado de turismo de la universidad de Sevilla tienen al año? ¿En qué departamentos?
5. ¿Han quedado satisfechos con las tareas realizadas por estos alumnos?
6. ¿Qué podría decir con respecto a la actitud de estos estudiantes en prácticas?
7. ¿Las competencias específicas van acorde con lo que esperan en la empresa? (Idioma, conocimientos generales aplicaciones informáticas...)
8. ¿Qué podría decirme en cuanto competencias transversales? (Trabajo en equipo, resolución de conflictos, flexibilidad, eficiencia, proactividad...)
9. ¿Considera que hay diferencias en los alumnos de prácticas que se les manda del Grado de Turismo, con respecto a los estudiantes en prácticas que se les mandaba de la Diplomatura? ¿Qué alumnos se encuentran más preparados para el mercado laboral?
10. ¿Qué valoran ustedes para tener en cuenta a estos alumnos a la hora de ser contratados en su empresa? Enumere competencias, aptitudes, actitud...
11. ¿A qué altura de la escala jerárquica de su empresa suelen posicionar a los egresados en turismo en caso de ser contratados? ¿Y hasta dónde podrían llegar estos egresados en la escala jerárquica de su empresa? (Tipo de puestos)
12. Como usted bien sabe, según el barómetro de empleabilidad de la universidad española, los egresados en turismo tienen un índice del 76,5% de sobre educación, ¿Qué opinión le merece este dato? ¿A qué cree que puede deberse?
13. ¿Considera que la contratación de los egresados en turismo por debajo de su cualificación puede deberse a aspectos exógenos? ¿O por el contrario endógenos? (Situación crisis económica, falta flexibilidad en el sector, plan de estudios inadecuado...)
14. ¿Qué piensa del modelo de enseñanza dual alemán o francés?
15. ¿Considera que hay necesidad de una mayor colaboración por parte de las empresas y las universidades? ¿En qué sentido?
16. Si tuviese que remodelar la enseñanza en turismo, ¿Qué aspectos mejoraría?

Le agradecemos su participación y su entrega.

	Elena Moros Díaz	Fernando Bocado Crespo	Enrique Castilla Gavilán	Carmen Alonso
1.	Barceló Mediterráneo S. L	Congresos y turismo de Sevilla S.A (CONTURSA)	Meliá Lebreros	B The Travel Brand (Barceló)
2.	Responsable regional de recursos humanos	Jefe de personal	Jefe Departamento de Recursos Humanos	Directora Agencia de Viajes (Oficina)
3.	30 años en la empresa y en el sector.	28 años en la empresa y en el sector.	4 años	-
4.	10 puestos. En finanzas, Recepción y Reservas.	6 puestos. Comercial	40 puestos. Recepción principal y The Level, Calidad, Salones, administración y F&B.	3 o 4 Puestos. Agente viajes
5.	Por lo general SI, aunque hay de todo.	Depende. No siempre	Por lo que me consta sí.	Por lo general sí.
6.	Actitud en general positiva	Actitud en general positiva.	No siempre nos encontramos con una actitud positiva, pero si es cierto que la mayoría sí que la tienen.	Lo normal en los alumnos, no se puede pedir mucho más.
7.	Si va acorde, aunque hay programas específicos de la compañía que los alumnos deben aprender desde cero, ejemplo: OPERA (Recepción).	La gran tara de la facultad es el nivel de idioma, es bajísimo. A partir del próximo año vamos a empezar a necesitar alumnos de máster en vez de los de grado porque necesitamos más nivel, tratamos con gente de todas las partes del mundo es esencial para nuestra empresa un nivel C1 para ir hablando. Hay herramientas en nuestra empresa que son un poco específicas entonces esto deben aprenderlo de cero.	Idiomas, estamos cara al público; No puedo tener a alguien de prácticas que no sepa atender a un cliente en su idioma cuando ese cliente está pagando un dinero por nuestros servicios. No hablamos de un dominio de idiomas, pero si un buen inglés mínimo, B2. A los alumnos les cuesta entablar una conversación es entendible al principio, pero deben soltarse.	Nada, no se puede pedir demasiado a los alumnos, son gente sin experiencia ni mucho conocimiento. Lo importante es que aprovechen para aprender en las prácticas

8.	Los alumnos se animan y se integran bastante. Carecen sobre todo de experiencia, pero se aprende día tras día.	Los alumnos llegan un poco retraídos, sobre todo recién incorporados. Son algo tímidos, esperan a recibir órdenes. Aunque hay alumnos que llaman la atención, que son espabilados; depende muchas veces más de su personalidad que de su formación.	Lo que nosotros pedimos ante todo es compromiso, el sentido de pertenecer a la empresa Meliá, esto es lo que deben tener nuestros alumnos. En cuanto alguien empieza a trabajar con nosotros lo consideramos parte de la "familia" (Incluidos a los alumnos en prácticas) de ahí que busquemos ese compromiso por su parte.	No se puede generalizar, pero llegan un poco perdidos, algunos tardan menos en ubicarse y otro tardan más, en todo tipo de competencias podrían mejorar, es más, DEBEN mejorar.
9.	Diferencias con respecto a preparación no, más bien depende de cada persona. Teniendo en cuenta lo que exigimos en la empresa da igual una formación que otra.	No notamos ninguna diferencia significativa con respecto a los alumnos de diplomatura y los del grado.	No encontramos ninguna diferencia entre la diplomatura y el grado.	Ninguna diferencia
10.	Empatía con el cliente, proactividad, capacidad de resolver conflictos sobre todo en la recepción.	Que sean proactivos, Capacidad de aprendizaje rápida, IDIOMA. Le damos mucha importancia a la formación en nuestra empresa, formamos a los mejores y creamos nuestra propia cantera, muchas veces el momento no es idóneo y no podemos contratar a alguien que vale mucho porque somos una empresa pública, estamos limitados en la contratación.	Sin duda su compromiso con la empresa. Iniciativa y compromiso... después de esto todo sale fluido. Personas que se adelanten a la jugada, tendríamos en cuenta a aquellos alumnos que buscan al cliente preocupado y le ayudan antes de que el cliente pregunte.	

11.	<p>Todos los alumnos contratados comienzan como ayudantes y posteriormente se va valorando. Si damos posibilidad de ascender, ofrecemos un plan de carrera, pero esto depende de la persona; Barceló se dedica a captar talentos y eso se ve a la semana de trabajo del alumno. En esa semana somos capaces de saber si esa persona es válida o si no lo es. Puede llegar hasta dirección.</p>	<p>Primero comerciales. Puede llegar a director de departamento, no hay limitación por titulación si se adapta bien a la empresa.</p>	<p>Empiezan cubriendo vacaciones, en un puesto de ayudante de recepción u otro departamento; después de esto si la persona vale se va prorrogando. Si hay posibilidad de desarrollo, no es necesario tener un máster, con decirte que muchos jefes de algunos departamentos de nuestro hotel son diplomados en turismo. Esto lo vamos valorando de manera anual y la empresa da oportunidad a un plan de desarrollo en la compañía, y aquí no se valora si la persona tiene un grado o un máster o un título de actividades turísticas...Valoramos como se desenvuelve en su puesto, su desempeño.</p>	
12.	<p>Nunca es mala la sobre educación, teniendo en cuenta que hablamos de recién egresados es normal que trabajen de manera sobre cualificada, tienen mucho que aprender y mucho camino por recorrer. Los estudiantes tienen muchos conocimientos, pero obviamente carecen de práctica</p>	<p>Me sorprende este dato. El hándicap sigue siendo el idioma creo yo. Para tener mejores puestos de trabajo y optar a ellos es necesario un buen nivel, y tener en cuenta que el grado es una base, hay que especializarse, el grado no aporta nada diferenciador, ningún valor añadido.</p>	<p>Es normal que al principio se trabaje de manera sobre cualificada porque mínimo pedimos el graduado en turismo, pero por ejemplo nuestros jefes de calidad o recepción o gobernanta son diplomados en turismo. Con el tiempo se puede trabajar en aquello para lo que supuestamente los graduados en turismo debéis trabajar, pero para eso hay que demostrar que vales en el departamento en el que estás.</p>	<p>El sexo es lo principal, en el sector turístico siguen siendo más mujeres que hombres los que trabajan y los hombres siguen ocupando los cargos con más responsabilidad y de dirección, eso se debe a que la mujer sacrifica su futuro laboral y su promoción profesional por sus hijos y sus cargas familiares.</p>

<p>13.</p>	<p>Parece que están mal valoradas las formaciones profesionales y actualmente es verdad que hay muchos universitarios, eso implica que muchas veces se nos hace más complejo encontrar técnicos especializados (Mantenimiento, por ejemplo) que egresados. Recepcionistas podemos encontrar 200, muchas veces esto desencadena en la contratación de personas con carreras universitarias para cubrir puestos de esas características</p>	<p>Considero que principalmente es endógeno, quien quiere avanzar a algo no para de trabajar y luchar.</p>	<p>Trabajamos con números, muchas veces tenemos limitaciones de plantilla, muchas veces hay alumnos maravillosos, pero no hay necesidad. Pero obviamente si una persona vale la tenemos en cuenta siempre que cumpla con nuestros 3 pilares fundamentales (ESFUERZO COMPROMISO E ILUSIÓN).</p>	<p>Sigue siendo el factor ya comentado, no sé definir bien si es un aspecto endógeno, exógeno o ambos al mismo tiempo.</p>
------------	---	--	--	--

14.	<p>Este tipo de educación va más acorde a lo que tenemos actualmente porque el alumno tiene un contrato laboral y se amolda mucho más al puesto de empleo; el alumno en prácticas de España no se adecúa a las verdaderas necesidades de la empresa; solo trabaja de lunes a viernes, no trabaja festivos... nunca acaba de conocer a la empresa ni el sector. Siempre y cuando la formación dual se adecúe al verdadero empleo.</p>	<p>Es un modelo que está muy bien, me parece muy interesante; creo que favorecería mucho a la contratación de estos alumnos dentro de la empresa. Siempre y cuando el número de alumnos en prácticas no sea muy elevado, muchas veces hay gente buena de verdad y no podemos contratarlos, no siempre depende de la actitud del alumno.</p>	<p>El modelo sería inviable para los 40 alumnos que acogemos aquí en prácticas. Si me mandasen 3 o 4 alumnos y están con nosotros esos 4 años por supuesto que sería beneficioso a la hora de contratarlos, crecerían con nosotros sería genial. Además, añadido que me encantaría que se aplicase en Sevilla por supuesto.</p>	<p>Me parece curioso, pero seguramente si no se aplica en toda España es porque no funcionaría o no funciona del todo bien aquí.</p>
15.	<p>Se deberían de unir la Universidad y las empresas, y que la universidad pregunte qué es lo que la empresa y el sector realmente necesita. Es fundamental que las universidades conozcan las verdaderas necesidades de las empresas.</p>	<p>Si es necesario, sobre todo a adaptar los contenidos para que se amolden a la realidad, muchas veces la sensación que tengo (Conozco el grado a groso modo) es que se imparten muchas materias con un contenido excesivamente teórico que seguramente a los pocos meses ya lo has olvidado y poca materia práctica</p>	<p>Yo creo que la universidad cuando selecciona a los alumnos debería acercarse un poco más a la empresa en el sentido de que la universidad sepa que queremos de sus alumnos puesto que se debe tener en cuenta que buscamos futuras inserciones laborales, tal vez tener en cuenta con qué tipo de programas trabajamos, a qué tipo de clientes nos dirigimos... lo que suele suceder es que cuando el alumno conoce nuestras necesidades es cuando ya lleva 3 meses aquí, y ya se ha terminado su periodo en Meliá.</p>	

16.	Falta mucha información con respecto a lo que es la carrera de turismo. ¡Turismo es trabajar DURO! Mientras otros se divierten, se deben dedicar a este sector por verdadera vocación	Más práctica, menos teoría y más práctica.	El tiempo de las prácticas es escaso, los turnos limitados... la empresa no llega a conocerse por el alumno, ni el puesto, ni el sector. No es lo mismo un turno de mañana que de tarde que de noche, ni siquiera los fines de semana.	
	Hay muchas cosas que en la carrera no se da que son fundamentales; el cuidado de la imagen (No tatuajes, peinado, no piercings, maquillada, no chicles) el saber estar, educación, manera de dirigirse al cliente, modales... (Protocolo)	El plan de estudios abarca demasiado, deberíamos coger un modelo más anglosajón y centrarnos en lo más importante y no querer abarcar tanto, con tantas materias y tan abiertas.	En nuestra recepción de lo que se trata es de buscar al cliente con la mirada para ayudarlo antes de que el cliente nos pregunte, anticiparnos. Al alumno ya le da miedo dirigirse al cliente en español, pues en inglés puedes imaginarte lo que pasa. Podemos justificar y entender este comportamiento el primer mes, a partir del segundo ya es cuando se sabe cuándo una persona nos puede valer o no nos puede valer. IDIOMAS.	
	Da igual la nota, si una persona llega y no tiene empatía, educación, saber estar... no me vale, me da igual si tiene una matrícula de honor de media académica.	El grado debe ser un punto de partida, cada día hay gente más preparada, es más que aconsejable prepararse un máster especializado.	(ESFUERZO COMPROMISO E ILUSIÓN)	
		Hay alumnos especiales, que piden el teléfono de la empresa... se informan sobre qué tipo de vestimenta hay que llevar, si el pelo recogido o no... no todos lo hacen, pero eso marca la diferencia entre unos y otros.	Por ejemplo... la recepción es previsible, pero hay departamentos para los que vienen alumnos que no tienen ni idea de lo que van a hacer. (Calidad, Reservas) Importante, la INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO.	