

El futuro de las profesiones turísticas

(*El caso de España*)

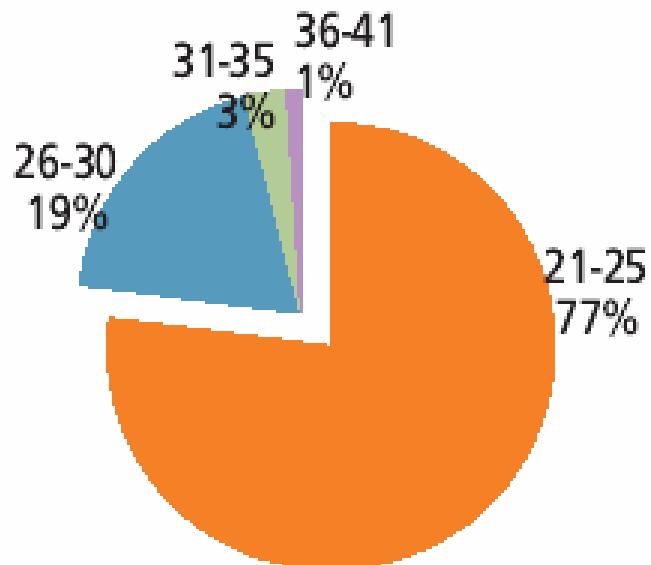
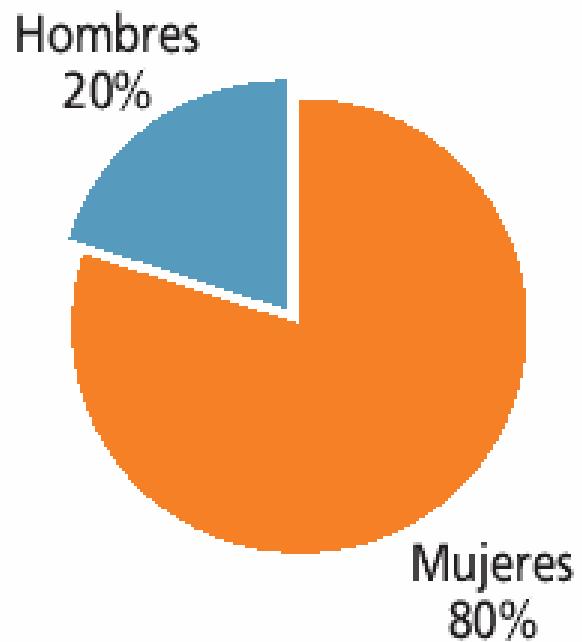
(Estudio realizado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación-ANECA para la implantación del Grado de Turismo)

Juan Ignacio Pulido Fernández
Universidad de Jaén



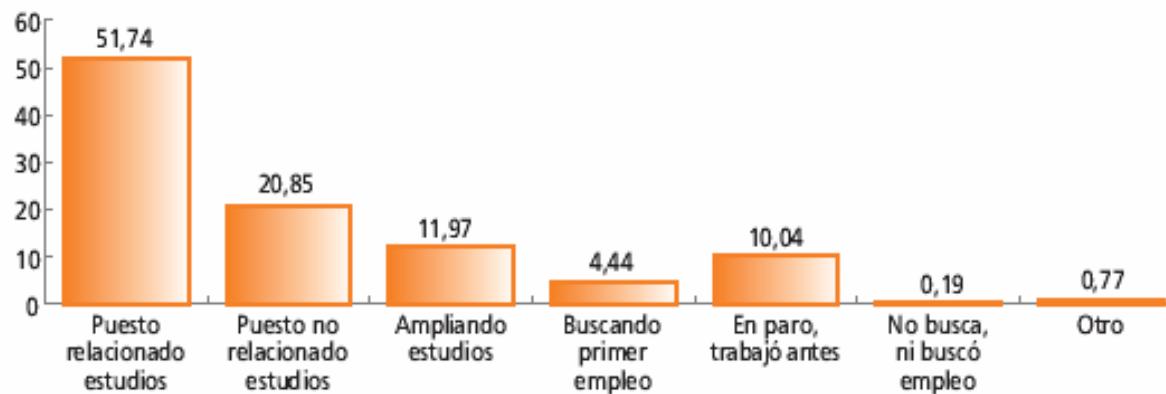
La inserción laboral de los titulados en Turismo

Perfil de los titulados en Turismo



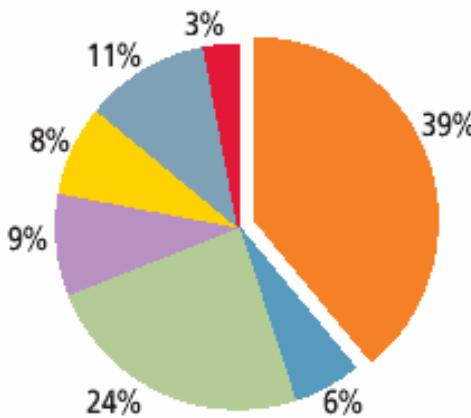
La inserción laboral de los titulados en Turismo

Situación Laboral Actual de los Titulados en Turismo (%)



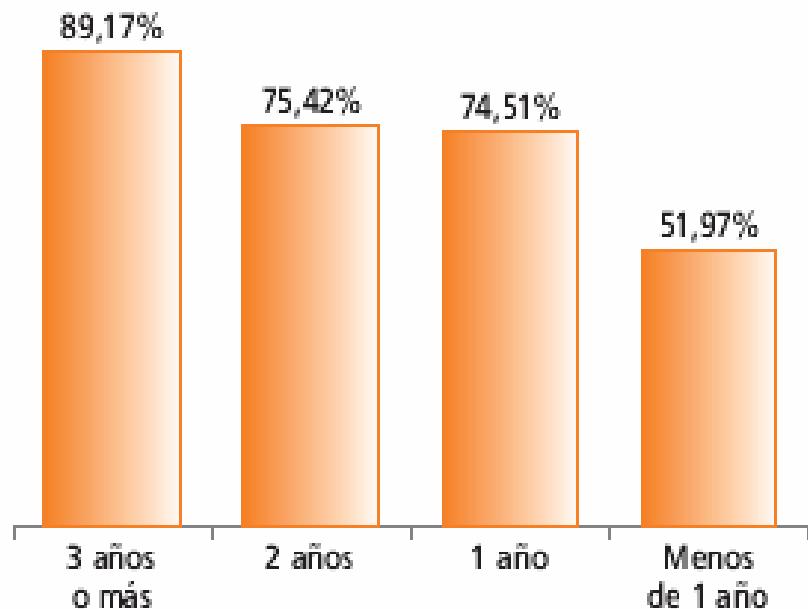
Análisis del Ámbito de Trabajo de los Titulados que Trabajan en el Sector Turístico (%)

- Alojamiento
- Restauración
- Intermediación
- Transporte
- Planificación
- Productos y actividades
- Formación, consultoría

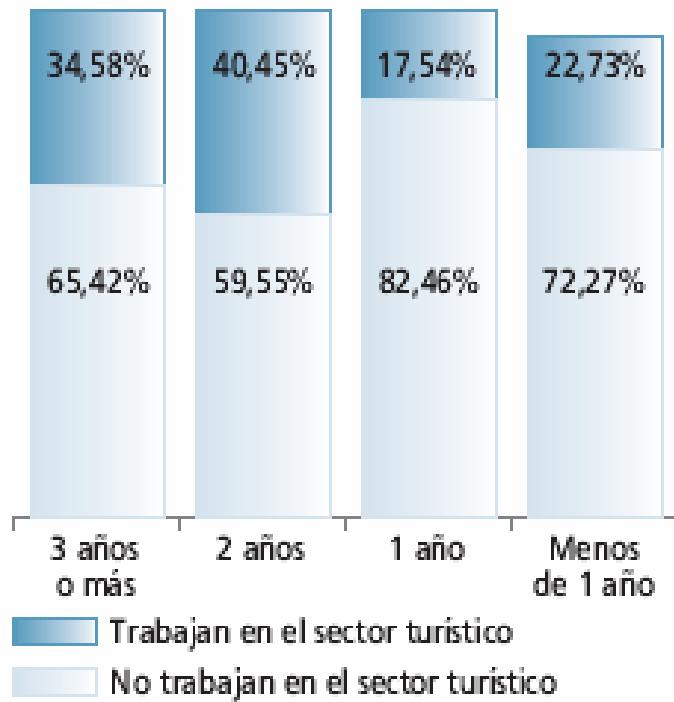


La inserción laboral de los titulados en Turismo

Porcentaje de Titulados que trabajan en función del tiempo que llevan en el mercado laboral

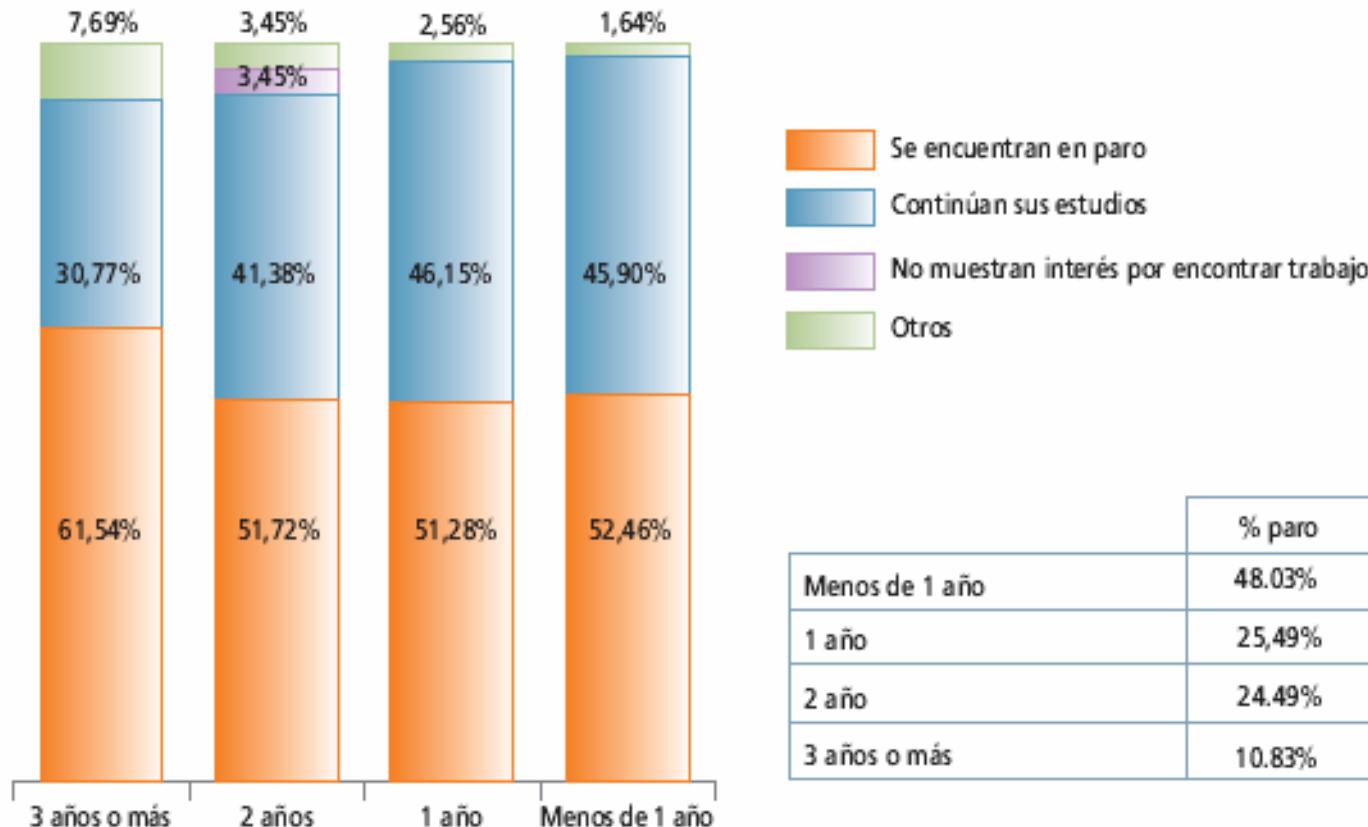


Porcentaje de Titulados que trabajan en el sector turístico en función del tiempo que llevan en el mercado laboral (del total)



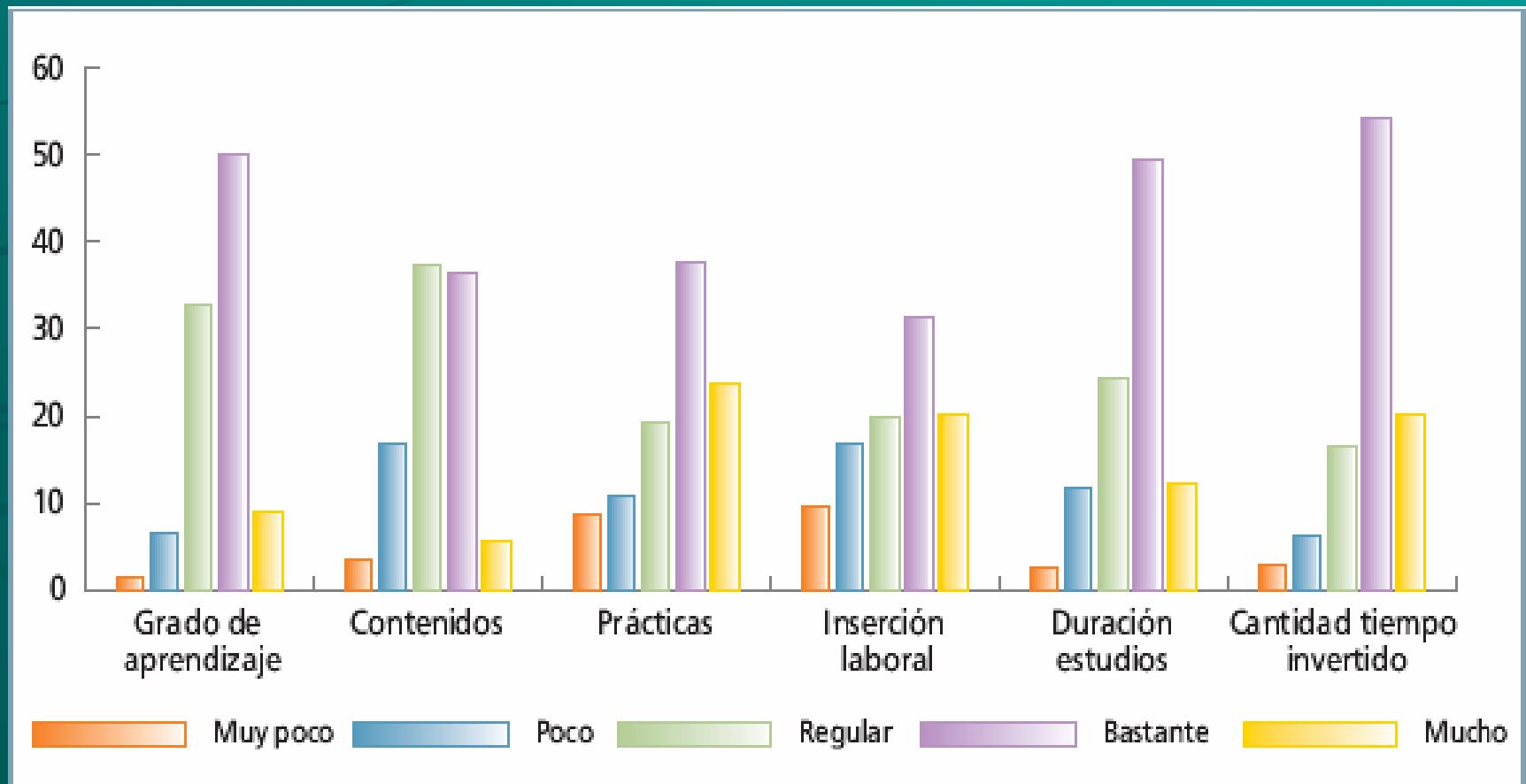
La inserción laboral de los titulados en Turismo

Análisis de la Situación del Total de Titulados que no Trabajan
(Calidad del Paro)
(% sobre el total no trabaja)



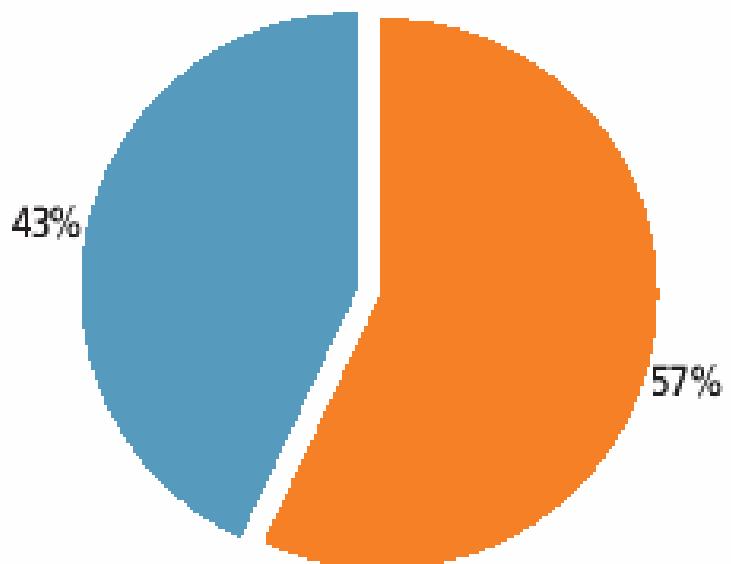
La inserción laboral de los titulados en Turismo

Valoración de la Diplomatura en Turismo



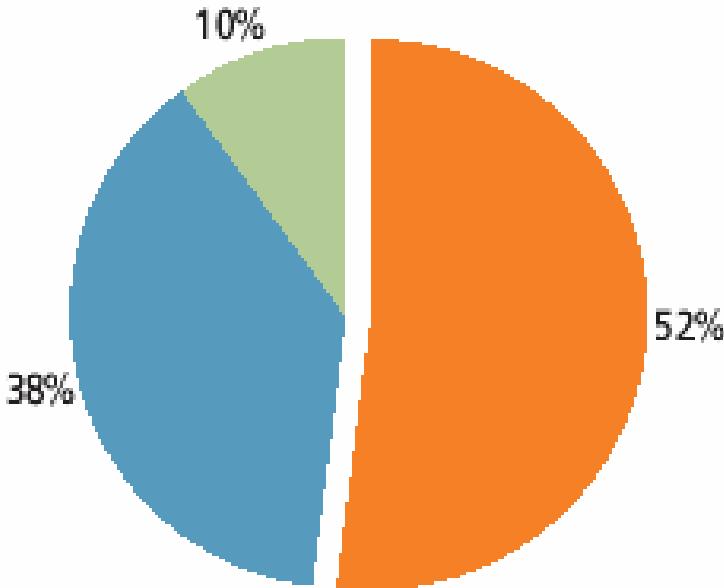
La inserción laboral de los titulados en Turismo

Porcentaje de Titulados que han cursado estudios posteriores



- █ No estudios posteriores
- █ Sí estudios posteriores

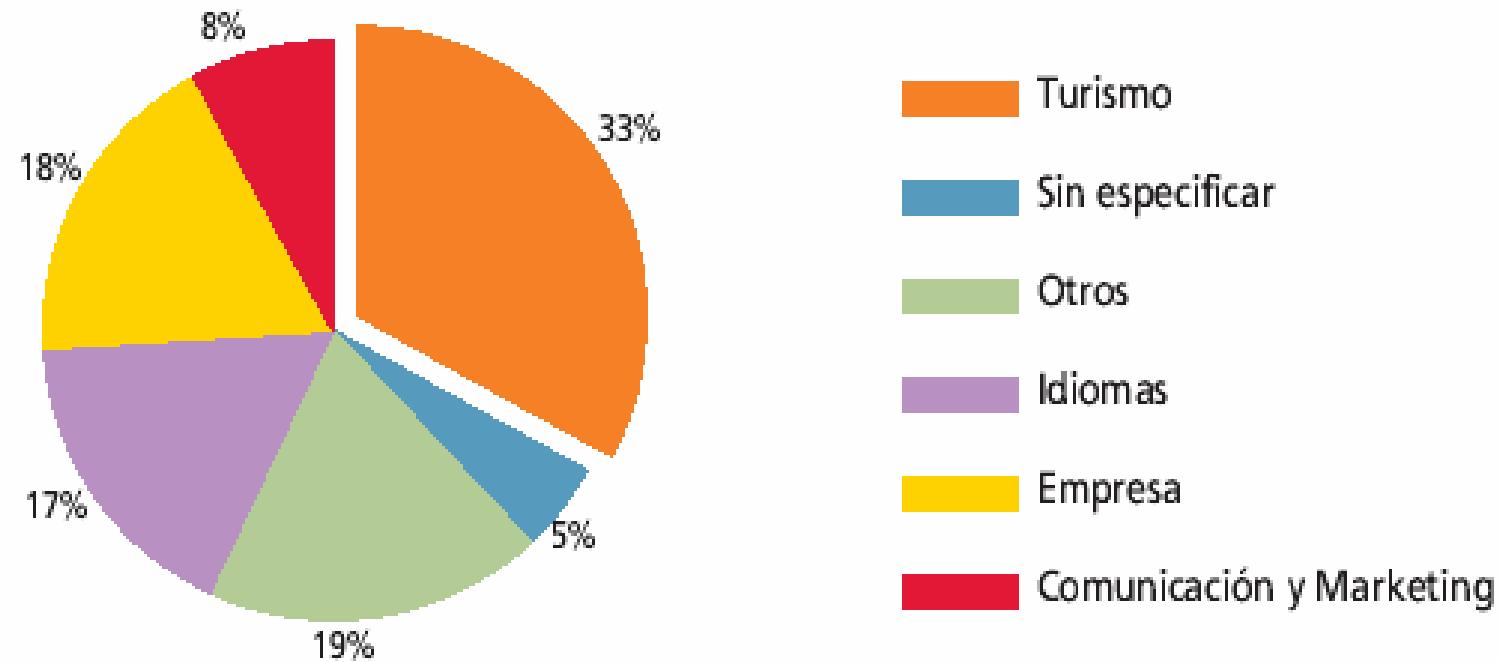
Motivos por los cuales los Titulados realizan estudios posteriores a la Titulación



- █ Más formación
- █ Facilidad de empleabilidad
- █ Condicionantes

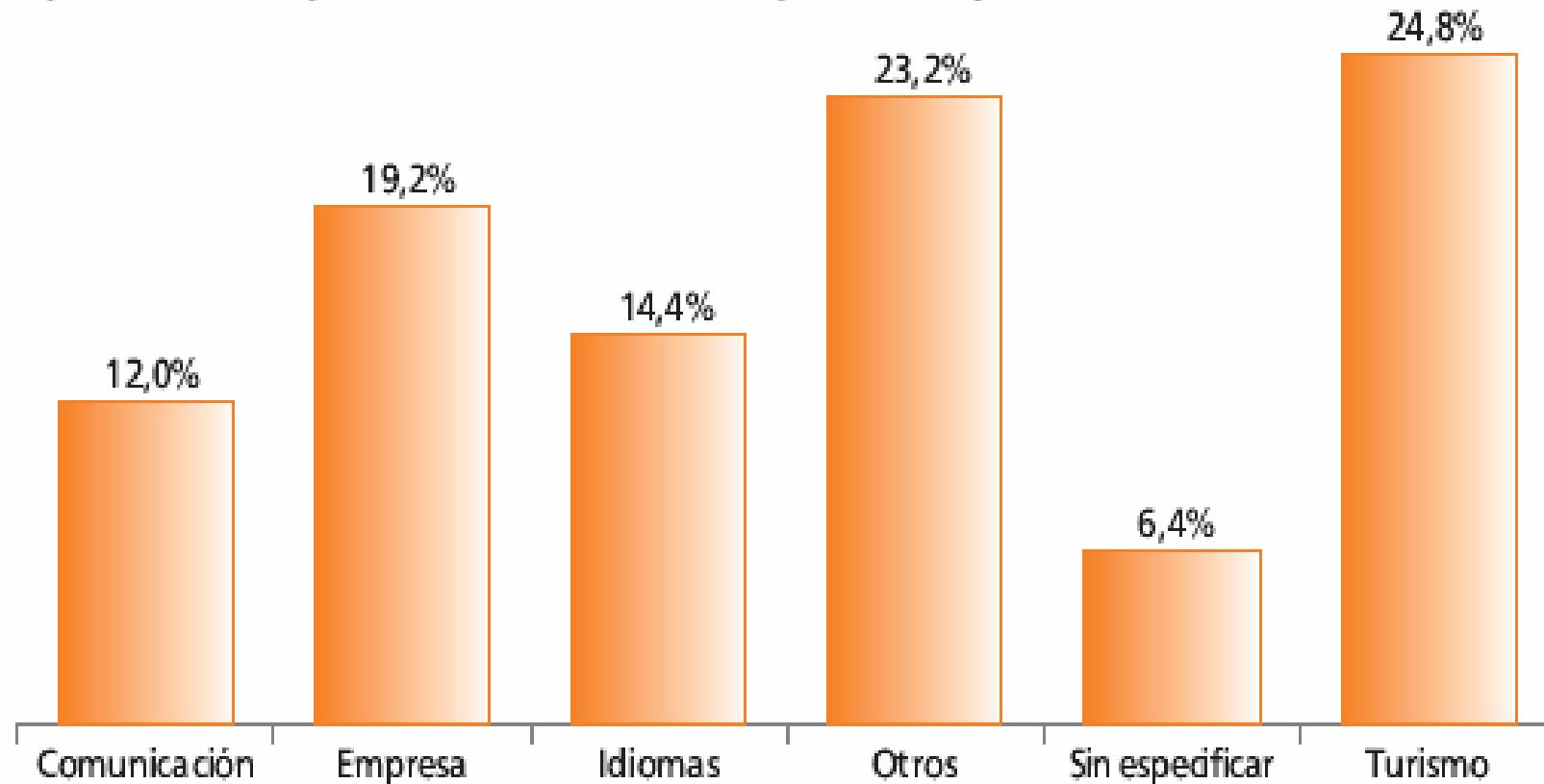
La inserción laboral de los titulados en Turismo

Tipos de estudios que realizan los titulados en turismo



La inserción laboral de los titulados en Turismo

Tipos de estudios posteriores de los Titulados que no trabajan en el sector turístico



La inserción laboral de los titulados en Turismo

ALGUNAS CONCLUSIONES:

1. La mayor parte de los titulados en turismo son mujeres de entre 21 y 25 años y cuya vía de acceso a la Universidad es el Bachillerato.
2. Un 51,74% de los diplomados en turismo están trabajando en el sector turístico mientras que un 20,85% lo hacen en otra actividad económica.
3. La mayor parte de los titulados en turismo (37%) trabajan en empresas de alojamientos (de los cuales un 97% son hoteles).
4. El sector de la intermediación recoge a un 23% (de los cuales un 95% trabajan en agencias de viajes).

La inserción laboral de los titulados en Turismo

5. El ámbito de productos y actividades ocupa un 11% del total de diplomados (congresos, museos y guías entre otros).
6. Del total de titulados que trabajan en el sector de transportes, las compañías aéreas copan el 62% del total.
7. La situación laboral de los titulados mejora notablemente a medida que adquieren experiencia.
8. Aquellos que finalizaron sus estudios hace tres años o más trabajan en un 89,17% de los casos.
9. Un 65,42% de los titulados que se incorporaron al mercado laboral hace tres años o más trabajan en el sector turístico y de los que se graduaron en los años 2002 y 2003 un 82,46% y un 72,27%, respectivamente, han elegido la ...

La inserción laboral de los titulados en Turismo

... actividad turística como profesión para el comienzo de su vida laboral

10. Del total de titulados que no trabajan, tan sólo un 6,67% de los que terminaron la Diplomatura hace tres años o más está en paro y un 25,2% de los que la finalizaron en el 2003 se encuentra en esta situación.

11. La valoración que los diplomados en turismo han hecho acerca de la titulación ha sido muy positiva, destacando la utilidad de las prácticas y el buen provecho de los esfuerzos realizados.

12. Un 43% de los titulados han realizado estudios posteriores y las razones mayoritarias han sido la de ampliar conocimientos y la de mejorar sus oportunidades de empleo.

La inserción laboral de los titulados en Turismo

13. Los principales estudios que cursan los diplomados en turismo con posterioridad a su carrera son en su mayoría referentes a este mismo sector (turístico) y después los específicos de idiomas y estudios empresariales.

Perfiles profesionales del Turismo

1. Segmentación horizontal: los ámbitos de trabajo del turismo

El objetivo inicial fue plantear el enfoque más amplio posible de lo que se considera el sector turístico. Para ello se planteó realizar una segmentación horizontal del mismo. Es decir, se dividió el sector turístico en subsectores que presentaban un determinado grado de homogeneidad y, cada uno de ellos, pasaba a constituir una unidad de análisis. Durante el proceso de trabajo se decidió sobre la pertinencia de la segmentación propuesta y se depuraron las coincidencias que aparecerían entre perfiles profesionales que desempeñan su tarea en diversos subsectores.

Perfiles profesionales del Turismo

1. Segmentación horizontal: los ámbitos de trabajo del turismo

Alojamiento abarca todos los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, incluyendo camping, residencias rurales, alquiler de apartamentos, clubes de vacaciones y un largo etcétera. Es un ámbito muy variado donde los perfiles profesionales pueden cambiar, no sólo por el tipo de establecimiento, sino por su categoría y su especialización.

Restauración incluye los trabajos relacionados con la gestión tanto de los diversos tipos de restaurantes, como en empresas de hostelería de colectividades o empresas de catering, así como en las unidades de negocio correspondientes al ámbito de alojamiento.

Perfiles profesionales del Turismo

1. Segmentación horizontal: los ámbitos de trabajo del turismo

Intermediación comprende TT.OO., mayoristas, AA.VV. (receptoras y emisoras) y otros tipos de intermediarios turísticos como CRS (centrales de reservas), intermediarios independientes, GSA (General Self Agents), etc.

Transportes y Logística. El turismo, por definición, implica un desplazamiento. Se recogen aquí todas aquellas empresas vinculadas al transporte, ya sea aéreo, marítimo, fluvial, por carretera o ferroviario. También las de servicios logísticos, como las entidades de gestión de puertos, aeropuertos o estaciones que interactúan con ellas. Se incluyen igualmente las empresas de alquiler de vehículos por su vinculación con el transporte, aunque su gestión difiera de las anteriores. Cabe destacar que, dentro de los servicios logísticos, la gestión de seguros podría tener otros perfiles diferenciados.

Perfiles profesionales del Turismo

1. Segmentación horizontal: los ámbitos de trabajo del turismo

Planificación y Gestión Pública de Destinos incluye todas aquellas instituciones, generalmente de naturaleza pública, que, a través de diversos instrumentos, se ocupan de definir un destino turístico a nivel local, regional, autonómico y nacional y de establecer las bases para su gestión, planificación y promoción.

Productos y Actividades Turísticas comprende lo que habitualmente se denomina oferta complementaria. Este ámbito está a menudo enmarcado dentro de todo lo relacionado con la cultura, el ocio y la recreación. Entre las diferentes empresas e instituciones vinculadas a este ámbito hay una larga lista en la que podemos destacar, sin ánimo de ser exhaustivos, las siguientes: museos, parques temáticos, ...

Perfiles profesionales del Turismo

1. Segmentación horizontal: los ámbitos de trabajo del turismo

... parques naturales, campos de golf, parques acuáticos, clubes náuticos, centros termales, animación turística, estaciones de esquí y de montaña, empresas de organización de congresos y convenciones, complejos recreativos y comerciales, empresas de deportes y aventura, etc.

Formación, Investigación y Consultoría incorpora, finalmente, las necesidades de profesores para los diversos niveles, ya sea para los ciclos formativos, Universidad y para la, cada vez más importante, formación continua. En este mismo ámbito se incluyen las necesidades de profesionales, tanto para participar en proyectos de apoyo a empresas e instituciones, como para obtener datos reales del turismo y sus perspectivas de futuro.

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

Los ámbitos definidos anteriormente provenían de una segmentación horizontal a partir de los diferentes sectores turísticos. Pero dentro de cada uno de estos ámbitos se pueden establecer diferentes tipologías de profesionales. Se han considerado cuatro grandes bloques:

Dirección corporativa e institucional se incluyen los profesionales que se encargan de la alta dirección o que no basan su trabajo en la dirección de operaciones. A modo de ejemplo: director de cadena hotelera, director-gerente de institución, director de recursos humanos, director de compras, director financiero, director de marketing, responsable de la política turística de un municipio, director de parque temático, gestor de destino turístico, planificador de destino turístico, etc.

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

Dirección de operaciones entendemos el conjunto de profesionales que tienen una responsabilidad directa en su organización vinculada a un ámbito concreto de la misma. A diferencia de la anterior, está directamente relacionada con las distintas unidades de explotación y, por tanto, con las operaciones habituales del sector turístico. Podemos considerar como ejemplo los siguientes profesionales: director de hotel, director de camping, director comercial de hotel, director de producto de un tourooperador, director comercial de un tourooperador, director de agencia de viajes, director de estación de montaña, responsable de entidad de promoción (institución pública), director de parque de ocio, director de centro cultural, etc.

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

Cargos intermedios entre los que podemos encontrar un amplio abanico de profesionales con diferentes niveles de responsabilidad. Su cometido abarca una parcela concreta de competencia a partir de la cual desarrollan su actividad y supervisan, según el caso, al personal de base. En este grupo podemos encontrar la más amplia variedad de profesionales del turismo entre los que cabe destacar: jefe de recepción de hotel, gobernanta (encargado general), jefe de animación, responsable de administración, responsable de seguridad, jefe de ventas, jefe de reservas, responsable de producto en un touroperador, técnico de control de calidad, jefe de Oficina de Turismo, supervisor de parque de ocio, jefe de equipo de estaciones de montaña, sobrecargo de transporte, guía cultural especializado, creador de paquetes turísticos, gestor de grupos, etc.

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

Personal de base que comprende mayoritariamente a profesionales, normalmente cualificados, que se encargan de la prestación directa de los servicios. En la mayoría de los casos el componente de gestión es bajo, si bien precisan de una determinada especialización. Entre ellos podemos destacar al recepcionista, conserje, animador, camarero, somelier, cocinero, vendedor, administrativo, empleado de seguridad, azafata, tripulante de cabina, empleado de check-in en el transporte, vendedor de agencia de viajes, transferista, guía de ruta, monitor (para deportes y aventura), informador turístico, etc.

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas



Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

ÁMBITOS	EMPRESAS	SALIDAS PROFESIONALES	CFGM	CFGS	GRADO TURISMO	MASTER TURISMO
ALOJAMIENTOS	Hotel / Camping / Balneario y en general cualquier empresa de alojamiento (incluyendo las correspondencias de alojamiento de, por ejemplo, los cruceros)	Director			X	
		Subdirector			X	
		Director Área Alojamiento			X	
		Jefe de Recepción			X	
		2º Jefe de Recepción			X	
		Repcionista		X	T	
		Primer Conserje		T		
		Conserje		T		
		Ayudante de Recepción y/o Conserjería		T		
		Relaciones Públicas	X		T	
		Jefe de Reservas			X	
		Jefe de Administración			X	
		Jefe Comercial			X	
		Comercial	X		T	
		Administrativo	X		T	
		Ayudante Administrativo	T			
		Encargado General (Gobernanta)	C		X	
		Encargado de Sección (Subgobernanta)	X		T	
		Encargado de Lavandería y Lencería	X		T	
		Encargado de Camping	X		T	
		Animador Turístico o de Tiempo Libre	X		T	
	Cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras	Director de cadena hotelera				C s/t
		Director Económico - Financiero		C s/t		X
		Director de Recursos Humanos		C s/t		X
		Director de Compras		C s/t		X
		Director de Marketing		C s/t		X
		Director de Calidad		C s/t		X
		Director de Explotación		C s/t		X
		Director de reservas (booking)		C s/t		X

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

Director de hotel	Debe responsabilizarse tanto de la dirección de la explotación como de la gestión económico-financiera, comercial y de recursos humanos del establecimiento hotelero.
Director de alojamiento	Debe responsabilizarse de la dirección de la conserjería, recepción y pisos del establecimiento hotelero.
Subdirector de hotel	Debe apoyar o auxiliar al director del hotel en el desempeño de sus funciones anteriormente enunciadas.
Jefe de recepción	Debe responsabilizarse de la dirección, planificación, seguimiento y control de las tareas desarrolladas en el departamento de recepción. Igualmente, debe organizar, dirigir y coordinar el trabajo del personal de recepción, colaborando en su instrucción y, por último, debe relacionarse con otros departamentos para lograr una gestión adecuada del hotel.
Segundo jefe de recepción	Debe colaborar y sustituir, en su caso, al Jefe de recepción, en la dirección, control y seguimiento del conjunto de tareas que se desarrollan en el departamento de recepción.
Jefe de administración	Debe responsabilizarse de la dirección, control y seguimiento de las actividades contables y administrativas, organizando, dirigiendo y controlando el trabajo del personal a su cargo.
Jefe Comercial	Debe encargarse de la elaboración de las estrategias comerciales de la empresa, dirigir la política de promoción y coordinarse con los operadores turísticos para la realización de campañas de ventas de servicios y conciertos comerciales; dirigiendo, asimismo, al personal comercial.

Perfiles profesionales del Turismo

2. Segmentación vertical: niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas

Encargado/a general (gobernante/a)	Debe dirigir, controlar y efectuar el seguimiento oportuno del conjunto de tareas que componen el servicio de pisos, áreas públicas, áreas internas, lavandería y lencería, dirigiendo y organizando las personas que están a su cargo.
Relaciones públicas	Debe responsabilizarse de las relaciones con los clientes y de organizar actividades y eventos en los establecimientos hoteleros.
Animador turístico	Debe responsabilizarse de la definición, coordinación y ejecución de las actividades de animación turística en los establecimientos hoteleros.
Jefe de Reservas (en cadenas hoteleras)	Debe responsabilizarse de la gestión de las reservas y de la comercialización de la cadena hotelera.

Competencias de los titulados en Turismo

Competencias transversales (o genéricas)

	RESUMEN DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES							
	Alojamiento	Restauración	Intermediación	Transporte y Logística	Planif. y gestión pública de dest.	Productos y actividades	Formac., invest. y consultoría	Promedio
INSTRUMENTALES								
Capacidad de análisis y síntesis	3,98	3,71	3,58	3,10	3,57	3,61	3,51	3,58
Capacidad de organización y planificación	3,87	3,86	3,81	3,67	3,56	3,84	3,42	3,72
Comunicación oral y escrita en lengua nativa	3,99	3,29	3,79	3,00	3,99	3,99	3,50	3,65
Conocimiento de una lengua extranjera	3,88	3,29	3,79	3,21	4,00	3,38	3,29	3,55
Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio	3,99	3,14	3,63	3,11	3,99	3,22	3,33	3,49
Capacidad de gestión de la información	3,98	3,97	3,88	3,99	3,99	3,92	3,50	3,89
Resolución de problemas	3,98	3,97	3,71	3,77	3,99	3,76	3,50	3,81
Toma de decisiones	3,78	3,71	3,54	3,44	3,12	3,45	2,71	3,39
PERSONALES								
Trabajo en equipo	3,99	3,70	3,89	3,11	3,99	3,45	3,71	3,69
Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar	3,98	3,86	3,70	2,66	3,99	3,68	3,33	3,60
Trabajo en un contexto internacional	3,56	3,16	3,84	2,78	3,23	3,76	2,63	3,28
Habilidades en las relaciones interpersonales	3,88	3,84	3,69	3,54	3,23	3,30	3,54	3,58
Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad	3,87	3,29	3,43	2,77	3,22	3,77	3,13	3,35
Razonamiento crítico	3,98	3,97	3,51	2,66	3,99	3,76	3,38	3,61
Compromiso ético	3,98	3,99	3,89	3,11	3,99	3,99	3,83	3,83
SISTÉMICAS								
Aprendizaje autónomo	3,99	3,00	3,79	3,00	3,44	3,77	3,54	3,50
Adaptación a nuevas situaciones	3,98	3,43	3,66	3,77	3,99	3,92	3,75	3,78
Creatividad	3,67	3,27	3,55	2,99	3,23	3,69	3,54	3,42
Liderazgo	3,99	3,71	3,34	2,99	3,44	3,77	2,58	3,40
Conocimiento de otras culturas y costumbres	3,88	3,14	3,41	2,56	3,99	3,53	2,75	3,32
Iniciativa y espíritu emprendedor	3,77	3,30	3,46	2,99	4,00	3,91	3,25	3,53
Motivación por la calidad	3,99	3,97	3,94	3,77	3,99	3,53	3,88	3,87
Sensibilidad hacia temas medioambientales	3,44	3,71	3,79	2,46	3,99	3,61	2,83	3,40

Competencias de los titulados en Turismo

Competencias específicas

	RESUMEN DE TODOS LOS ÁMBITOS							
	Alojamientos	Restauración	Intermediación	Transporte y Logística	Planeación y gestión pública de destinos	Productos y actividades	Formación, investigación y consultoría	Promedio
Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica	2,79	2,20	3,02	3,28	2,85	3,75	3,90	3,11
Analizar la dimensión económica del turismo	2,76	1,86	2,98	2,78	1,96	3,04	2,50	2,55
Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio	2,67	2,51	2,52	2,78	2,62	3,53	2,00	2,66
Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas	2,62	2,56	2,15	2,63	1,65	3,21	3,25	2,58
Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones	2,69	2,11	2,85	2,49	2,62	3,28	4,00	2,86
Tener una marcada orientación de servicio al cliente	3,74	3,69	3,68	3,74	2,62	3,51	1,75	3,25
Reconocer los principales agentes turísticos	2,57	2,19	3,02	2,64	2,81	3,60	3,00	2,83
Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación	2,36	2,46	3,32	2,28	3,15	3,37	3,50	2,92
Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas	2,74	3,37	2,82	2,86	2,15	2,94	2,00	2,70
Gestionar los recursos financieros	2,64	3,17	2,02	2,73	2,58	2,88	1,00	2,43
Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales	2,79	3,49	2,87	3,01	2,96	3,19	1,50	2,83
Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas	3,02	2,86	2,48	2,76	2,58	3,33	1,90	2,70
Manejar técnicas de comunicación	2,67	3,49	3,02	3,03	2,69	3,51	2,85	3,04
Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas	2,95	2,71	2,65	2,64	1,92	3,20	2,65	2,68
Trabajar en inglés como lengua extranjera	3,45	3,33	3,18	4,00	2,69	3,65	2,75	3,29
Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera	2,83	2,20	3,02	2,65	2,77	3,24	2,00	2,67
Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera	1,90	1,97	2,18	1,53	1,62	2,03	1,00	1,75
Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos	2,17	1,36	2,98	2,76	2,50	3,51	2,65	2,56
Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad	1,98	1,03	2,02	2,11	3,31	3,43	1,50	2,20
Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento	3,52	1,89	2,82	1,11	1,15	2,32	2,00	2,12
Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración	3,02	3,71	2,52	2,36	1,08	2,26	2,00	2,42
Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación	2,93	1,51	3,35	3,11	2,62	2,56	2,00	2,58
Analizar los impactos generados por el turismo	2,62	1,86	2,82	2,26	3,77	3,70	3,80	2,97
Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico	3,67	2,94	3,65	3,98	2,92	3,54	2,75	3,35
Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado	2,57	1,87	2,82	2,39	2,69	3,20	3,00	2,65
Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas	3,36	3,20	3,02	2,60	2,23	3,14	1,00	2,65
Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial	2,45	2,03	3,18	2,76	2,23	3,44	2,25	2,62
Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación	2,19	1,03	2,02	2,51	2,81	3,50	3,05	2,44
Trabajar en medios socioculturales diferentes	3,17	2,60	3,02	3,86	2,73	1,72	1,50	2,66
Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural	2,45	1,03	2,15	2,26	2,58	3,45	2,25	2,31
Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural	1,93	1,06	1,69	1,49	2,27	3,41	2,00	1,98
Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas	3,36	3,03	2,82	2,51	2,69	3,14	3,35	2,99

Competencias de los titulados en Turismo

Valoración del profesorado

		0	1	2	3	4
15	Trabajar en inglés como lengua extranjera			3,43		
6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente			3,29		
24	Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico			3,08		
13	Manejar técnicas de comunicación			3,08		
1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica			3,05		
3	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio			2,99		
16	Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera			2,95		
14	Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas			2,86		
11	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales			2,83		
7	Reconocer los principales agentes turísticos			2,80		
29	Trabajar en medios socioculturales diferentes			2,76		
8	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación			2,76		
4	Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas			2,70		
12	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas			2,70		
28	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación			2,69		
18	Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos			2,69		
2	Analizar la dimensión económica del turismo			2,68		
26	Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas			2,64		
27	Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial			2,59		
22	Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación			2,57		
25	Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado			2,54		
10	Gestionar los recursos financieros			2,53		
30	Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural			2,49		
20	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento			2,47		
23	Analizar los impactos generados por el turismo			2,47		
9	Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas			2,46		
5	Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones			2,44		
32	Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas			2,39		
19	Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad			2,38		
17	Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera			2,32		
31	Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural			2,29		
21	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración			2,25		

Competencias de los titulados en Turismo

Valoración del sector

		0	1	2	3	4
6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente				3,72	
15	Trabajar en inglés como lengua extranjera				3,48	
11	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales				3,47	
24	Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico				3,44	
13	Manejar técnicas de comunicación				3,43	
12	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas				3,39	
16	Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera				3,39	
26	Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas				3,36	
8	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación				3,33	
1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica				3,33	
7	Reconocer los principales agentes turísticos				3,29	
20	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento				3,29	
3	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio				3,28	
10	Gestionar los recursos financieros				3,22	
21	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración				3,15	
2	Analizar la dimensión económica del turismo				3,12	
14	Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas				3,10	
22	Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación				3,06	
32	Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas				3,01	
19	Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad				2,99	
5	Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones				2,97	
23	Analizar los impactos generados por el turismo				2,95	
4	Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas				2,90	
18	Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos				2,90	
25	Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado				2,86	
17	Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera				2,80	
9	Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas				2,70	
27	Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial				2,67	
28	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación				2,67	
29	Trabajar en medios socioculturales diferentes				2,67	
30	Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural				2,66	
31	Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural				2,59	

Competencias de los titulados en Turismo

Valoración de los titulados

		0	1	2	3	4
15	Trabajar en inglés como lengua extranjera			3,76		
16	Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera			3,63		
12	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas			3,54		
6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente			3,52		
8	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación			3,48		
1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica			3,48		
19	Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad			3,47		
3	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio			3,39		
11	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales			3,39		
13	Manejar técnicas de comunicación			3,39		
2	Analizar la dimensión económica del turismo			3,36		
24	Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico			3,35		
23	Analizar los impactos generados por el turismo			3,34		
26	Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas			3,34		
20	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento			3,34		
7	Reconocer los principales agentes turísticos			3,30		
22	Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación			3,28		
32	Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas			3,28		
14	Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas			3,22		
30	Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural			3,21		
18	Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos			3,18		
4	Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas			3,11		
17	Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera			3,11		
28	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación			3,10		
21	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración			3,09		
31	Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural			3,06		
27	Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial			3,05		
25	Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado			3,04		
10	Gestionar los recursos financieros			3,03		
5	Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones			3,02		
29	Trabajar en medios socioculturales diferentes			2,99		
9	Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas			2,89		