

**Estrategias formativas:**

Para su consecución se plantean las siguientes estrategias formativas:

- Planear unos contenidos formativos de amplio alcance de carácter universitario que den respuesta a las necesidades de formación superior de los estudiantes en relación a cuestiones sociales, humanísticas, científicas y técnicas.
- Proponer un curriculum académico que aborde y tenga en cuenta específicamente los Fundamentos, los Métodos, los Procesos y los Contenidos propios del Turismo y sustente el carácter transdisciplinar de la formación.
- Asegurar la incorporación e integración de los ejes básicos de funcionamiento del sistema turístico: Mercados, Organizaciones (empresas e instituciones), Destinos y Productos.
- Atender a las necesidades específicas de la titulación acerca de:
  - A. El conocimiento y desarrollo de habilidades y técnicas de trabajo. En particular las Tecnologías de la Información y Comunicación en lo referente a Promoción, Comercialización, Gestión Interna y Planificación Turística.
  - B. La instrucción en técnicas específicas de trabajo a través de la formación práctica en el puesto de trabajo y la colaboración y acción tutorial directa de los agentes de la actividad implicados.
  - C. La adquisición de habilidades de comunicación indispensables para la atención, prestación y planificación de servicios a la demanda en diversos idiomas.
- Reconocer que el actual sistema de asignación de áreas de conocimiento no es útil para el buen desarrollo de carreras transdisciplinares como el Turismo y considerar la necesidad de flexibilizar el sistema.

**3.1.2. Perfiles profesionales del Título**

En la elaboración del Libro Blanco del Grado en Turismo y a la hora de abordar los perfiles profesionales del turismo se tuvo en cuenta que la gran diversidad de la actividad turística obligaba a determinar las principales figuras profesionales, que pueden llegar a ser consideradas como perfiles profesionales para los que debe formar un Título de Grado en Turismo, de tal manera que para determinar a qué profesionales debe formar el Título se ha partido de una segmentación horizontal (subsectores del Turismo) y una segmentación vertical (profesionales del subsector en función del grado de responsabilidad).

De acuerdo con la segmentación horizontal y en un afán de crear bloques homogéneos se han establecido los siguientes ámbitos de trabajo:

1. Alojamiento
2. Restauración.
3. Intermediación.

4. Transporte y logística.
5. Planificación y gestión pública de destinos.
6. Productos y actividades turísticas.
7. Formación, investigación y consultoría.

En función de la segmentación vertical se han estimado cuatro grandes bloques:

1. Dirección corporativa e institucional.
2. Dirección de operaciones.
3. Cargos intermedios.
4. Personal de base.

En general, para el personal de base están destinados los ciclos formativos de grado medio y grado superior; los cargos intermedios y parte de los cargos de dirección de operaciones son propios de los graduados en turismo, que podrán cubrir también puestos de base cuando vayan acompañados de un complemento ya sea formativo o por capacitación profesional; igualmente podrán ocupar puestos de Dirección Corporativa e institucional en función del tamaño y de complementos. Por último los cargos de Dirección Corporativa e institucional están pensados para los de nivel de postgrado en Turismo.

En función de estas segmentaciones se pueden determinar los siguientes perfiles profesionales del Título de Grado en Turismo:

1. **En el ámbito del alojamiento:** Entendiendo por empresas de alojamiento las que se dedican de modo profesional y habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas habitación, con o sin otros servicios de carácter complementario.

- 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 en 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.
- 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 su departamento.
- 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 así mismo al personal comercial.
- Encargado general (gobernanta): 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 el personal 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.

2. **Ámbito de restauración:** Este es un ámbito más amplio que el tradicional pues abarca lo que habitualmente se denomina la industria del servicio de alimentación (*food service industry*), que comprende la restauración social, el catering de transporte, el de colectividades, la restauración social/comercial (parques temáticos, aeropuertos etc), pero también la restauración comercial o pública, la tradicional y la neo-restauración, así como la restauración complementaria en establecimientos hoteleros.

- Director de alimentación y bebidas (food & beverages): Responsable del desarrollo de la oferta gastronómica como parte de la estrategia global de una empresa de servicios, definiendo las acciones encaminadas a diseñar productos/servicios, promoverlos y ponerlos a disposición del cliente.
- Director de banquetes y convenciones: Responsable de planificar y desarrollar las acciones relacionadas con la oferta global del establecimiento para celebraciones, reuniones y eventos, de acuerdo con el plan estratégico general, la política comercial y la infraestructura disponible.
- Responsable de administración del área food & beverages: Responsable de determinar y desarrollar los procedimientos de control económico para las

diferentes actividades de la empresa relacionadas con la producción y servicios de comidas y bebidas.

- Comercial de restauración: Fuerza de Ventas responsable de ejecutar las acciones comerciales dirigidas al cliente real o potencial, diseñadas en el plan de marketing de la empresa en lo referente a productos y servicios de alimentación y bebidas.
- Supervisor de colectividades: Responsable del funcionamiento de la restauración colectiva en una unidad, gestionando los aspectos económicos, gastronómicos, dietético-nutricionales y de personal, así como la relación de la empresa con el establecimiento cliente.
- Director/Jefe de operaciones: Responsable del análisis, definición, estandarización, manualización, desarrollo y evaluación de las acciones y procesos de servucción a implementar en el área de producción y/o servicio de comidas y bebidas, para la optimización de la gestión eficaz de los recursos.
- Director de establecimiento (independiente e integrado): Responsable del funcionamiento de un establecimiento de restauración independiente o integrado, gestionando los aspectos económicos, gastronómicos, de personal y la comercialización del negocio.

3. **Ámbito de Intermediación:** Es un complejo sector dentro del Turismo en el que se desarrollan diversas actividades como información y asesoría sobre destinos y servicios turísticos, mediación en las reservas de plazas en los diferentes proveedores turísticos y organización, comercialización, distribución y venta de viajes y productos turísticos. Aquí se incluyen los turoperadores, las agencias de viajes (mayoristas, minoristas y mixtas), los grupos de gestión comercial o de compras para agencias de viajes, los centros especializados en viajes corporativos, los organizadores profesionales de congresos (OPCs), empresas de viajes de incentivos, sistemas globales de distribución (GDS), portales de viajes o agencias de viajes virtuales, empresas de tiempo compartido.

- Director: Es responsable de la explotación del negocio y dirige y gestiona las diversas áreas funcionales: Administrativa-financiera, comercial y técnica. Especial dedicación a la investigación y gestión de clientes vacacionales y de empresa; a la planificación y negociación para la oferta de servicios y viajes por todo el mundo; a la organización de campañas comerciales institucionales y de los productos propios; a la organización interna de los equipos humanos y tecnológicos, así como el control de los presupuestos y resultados de explotación.
- Responsable de contratación: Responsable de la selección y negociación con los proveedores turísticos de todo el mundo para la posterior inclusión en los viajes y productos. Son profesionales que viajan continuamente y requieren dominar el diseño y organización de viajes y productos, y saber negociar en diferentes idiomas.

- OPC (Organizador profesional de Congresos): Dirige y se responsabiliza del diseño, planificación, organización y control de Congresos, Conferencias, Convenciones, Eventos y Exposiciones, y en general, todo tipo de reuniones. Asume funciones de asesoría financiera, contratación de proveedores y medios técnicos y humanos, así como de control presupuestario y de operaciones.
- Responsable de producto: Encargado de la investigación, diseño y organización, cotización y operaciones de viajes, servicios y productos turísticos. Asume el control de la reserva de plazas en los diferentes proveedores y la emisión de los documentos de viaje. En este perfil se enmarca también la figura del gestor de viajes en empresa.
- Responsable de reservas (booking): Gestiona y supervisa la disponibilidad y reserva de plazas y cupos de los diversos servicios turísticos y viajes ofertados así como las consultas informativas sobre servicios y destinos y el control de cambios, anulaciones y reembolsos de las reservas.
- Responsable de calidad de producto: Dirige y se responsabiliza de implantar un sistema de calidad que permita a la empresa aspirar al correspondiente certificado en su versión de gestión, servicios y productos turísticos y protección medioambiental. Se ocupará de coordinar todas las actividades necesarias, estimular a los equipos humanos y diseñar las normas de calidad propias, su evaluación periódica y la gestión de las reclamaciones.

4. **Ámbito de transportes y logística.** Este ámbito de trabajo se centra en la gestión empresarial, organización, planificación, procedimientos y métodos del transporte y de la logística en el sector turístico. Este ámbito recoge el funcionamiento y actuaciones que se realizan en el entorno de las diferentes empresas de transporte y sus redes, ya sean terrestres, marítimas o aéreas.

- Jefe de oficina de alquiler de vehículos: Es el responsable de la atención y asesoramiento a los clientes en las operaciones corrientes de reserva de vehículos. También de la realización de las operaciones técnicas relativas a la actividad, así como la organización y gestión de la oficina, presupuestos y control de la actividad del personal de la misma.
- Gerente de empresa de alquiler de vehículos: Es el responsable de la atención y asesoramiento a los clientes en las operaciones corrientes de reserva de vehículos. También de la realización de las operaciones técnicas relativas a la actividad, así como la organización y gestión de la oficina, presupuestos y control de la actividad del personal de la misma.
- Jefe de reservas: Se ocupa del servicio de recepción y del establecimiento del plan de reservas según la tasa de ocupación y las opciones disponibles. Determina las previsiones de actividad y las transmite a los servicios correspondientes. Puede ocuparse de la gestión de su área y establecer estadísticas comerciales. En ocasiones está a cargo de captación de clientes y el desarrollo de estrategias de venta. Participa en la captación y formación del personal a su cargo.

- Técnico de atención al cliente: Actúa en contacto con la clientela satisfaciendo sus necesidades y dudas y asesorándole sobre los diversos servicios y productos ofertados por el establecimiento.
- Responsable de atención a tripulaciones: Responsable de la dirección y gestión de la tripulación de a bordo.
- Director comercial: Elabora y propone la dirección general de la política comercial de la empresa. Determina las orientaciones estratégicas, objetivos y los medios para llevarlos a cabo tras analizar y evaluar los diferentes componentes del mercado. Coordina y controla, con sus colaboradores, las actividades de creación y puesta en marcha de los servicios propuestos por la empresa.
- Responsable de relaciones con las Administraciones Públicas y otras empresas: Supervisa los contenidos y coherencia de la comunicación al servicio de la estrategia fijada por la dirección de la empresa. Tiene conocimiento de todo medio, acción o búsqueda de comunicación con vistas a facilitar las relaciones de la empresa con su entorno. Participa de otros aspectos de la comunicación dentro del campo comercial, técnico y social. Dentro de la función de dirección, organiza y coordina los planes de desarrollo de comunicaciones para asegurar la promoción de identidad y de imagen de marca de la empresa.

5. **Ámbito de planificación y gestión pública de destinos:** Esta actividad es propia de la Administración pero en muchas ocasiones se externaliza su gestión mediante empresas de carácter privado o mixto. El objetivo básico es compatibilizar el bienestar de la población residente con el desarrollo de la actividad turística, por ello su principal función es coordinar las diferentes relaciones que se establecen entre agentes y actividades del sector turístico y la de planificar la gestión de un destino o de un producto en ese destino. A título de ejemplo, órganos como la Secretaría General de Turismo, Turespaña, Dirección General de Promoción Turística de la Consejería de Turismo y Consumo de la CARM, Región de Murcia Turística S.A. (REMUTURSA), concejalías en los Ayuntamientos, Mancomunidades Turísticas, Consorcios, Patronatos etc, son en definitiva organizaciones que forman este ámbito.

- Técnico de gestión de una institución pública de planificación y política turística: Debe ser capaz de comprender el hecho turístico en el ámbito territorial de su competencia, estar familiarizado con el entorno institucional en donde se sitúa la organización a la que pertenece, entender la gestión pública y los procedimientos administrativos, el papel de las instituciones públicas y la posición de éstas con el sector privado. Participará en el diseño e implantación de planes y programas y su posterior evaluación.
- Técnico gestor de una institución pública de promoción o director de una campaña en destino: Debe tener conocimiento del mercado turístico, comprender el destino en que actúa (fortalezas y debilidades) y estar familiarizado con las técnicas de promoción, de investigación que le permitan establecer los objetivos y con el diseño y gestión presupuestaria de las

principales acciones promocionales (ferias, workshops, viajes de familiarización y presentaciones de su institución y productos).

- Responsable de programa de un desarrollo turístico: Es el responsable de impulsar las acciones señaladas en los proyectos estratégicos de desarrollo turístico en los que están implicadas distintas administraciones públicas (de distintas áreas: cultura, urbanismo, movilidad, transporte ) y agentes del sector privado. Deben ser capaces de entender las relaciones y competencias de las diferentes organizaciones con las que han de coordinarse para impulsar el plan, efectuar propuestas de actuaciones, efectuar y controlar el gasto, organizar los proyectos llevados a cabo con otras instituciones y difundir los resultados y acciones del plan.
- Director Técnico de una institución dinamizadora de la actividad (Centros de Iniciativas Turísticas): Responsable de impulsar la actividad turística en espacios geográficos en los que el turismo está poco implantado, o sobre aspectos innovadores que deben incorporarse en las empresas turísticas existentes. Para ello es interlocutor entre la Administración y el sector empresarial.
- Dinamizador turístico o agente de desarrollo turístico: Realiza su actividad en contacto directo con el tejido social de un área local determinada. Su función fundamental sería la de estimular la concienciación y participación para apoyar el desarrollo de la actividad turística o la mejora de la calidad en los lugares en que ya existe. Debe tener un buen conocimiento de la realidad local, una alta capacidad de comunicación, de resolución de problemas y ser capaz de aprovechar al máximo los recursos disponibles en su entorno.
- Director técnico de una institución dinamizadora de producto (Convention Bureau): Responsable de potenciar un producto mediante la confluencia de agentes públicos y privados. Su función es la de conseguir el apoyo de instituciones y organismos interesados, generar información acerca del producto, captar fondos para su promoción y mejorar las condiciones del mismo. Debe tener un buen conocimiento de la realidad local, capacidad de comunicación y de resolución de problemas.

6. **Ámbito de productos y actividades:** Se denomina también como oferta complementaria y está relacionado con el ocio y la recreación. El tipo de empresas que se pueden incluir en este ámbito es muy variado pues va desde el turismo cultural, parques naturales, centros de ocio, turismo deportivo, turismo de salud, turismo de congresos, turismo de eventos, ocio nocturno, cruceros y otras muchas que con frecuencia constituyen el componente motivacional del viaje o la estancia.

Los perfiles que a continuación se señalan son genéricos, pues somos conscientes de que la mayoría de los perfiles que proponemos deberán tener unas características diferenciadas según estén orientados a uno de los siguientes grupos:

- Gestión del patrimonio natural

- Gestión del patrimonio cultural.
- Gestión de instalaciones de ocio.
- Gestión de eventos.
- Gestión de instalaciones deportivas.
- Técnico asesor de gestión de patrimonio natural: Asesor en temas turísticos de parques naturales. Se encargará de la vinculación turística del parque y su puesta en valor.
- Técnico asesor de gestión de patrimonio cultural: Asesor en temas turísticos en instituciones no vinculadas directamente con el turismo. Por ejemplo mediador didáctico entre turismo y cultura para instituciones o empresas culturales.
- Técnico asesor de gestión de instalaciones de ocio: Se responsabilizará de la aproximación turística de todo tipo de instalaciones de ocio para su mejor aprovechamiento.
- Técnico asesor de gestión de eventos: Responsable de organización de congresos u otros tipos de eventos lúdicos, deportivos o culturales.
- Técnico asesor de gestión de instalaciones deportivas: Asesor turístico para rentabilizar el uso de las instalaciones deportivas.
- Comercial profesional: Intermediario de este producto turístico con su entorno, el sector turístico y el público final.
- Responsable de administración: Perfil encargado de la gestión (back office) y la logística de este tipo de empresas e instituciones.
- Responsable de promoción y comercialización: Perfil intermedio entre el técnico asesor y el comercial.
- Jefe de nuevos productos: Profesional orientado hacia la creación de nuevos productos en el seno de su empresa o actividad que cubran las necesidades del mercado turístico. Este profesional puede estar destinado a la creación de un producto que abra el abanico de productos de una empresa (parque temático, estación de esquí, balneario) o al diseño de nuevas actividades como la creación de nuevas rutas e itinerarios turísticos.
- Director/gerente de empresas de actividades turísticas: Profesional responsable de una PYME turística
- Guía intérprete: Persona cualificada para la gestión de grupos, con conocimientos de guía, que tiene capacidad para transmitir conocimientos de una ruta o itinerario en varios idiomas.
- Gestor de productos: Profesional con las características que comúnmente se denominan *product manager*, es decir un profesional que domine todas las competencias de gestión de un producto.

- Animador de actividades: Profesional dinamizador del producto turístico en el punto de venta o en contacto con el consumidor.

7. **Ámbito de formación, investigación y consultoría:** Dicho ámbito se centra en el servicio prestado por una persona o personas cualificadas en la identificación e investigación de las políticas, organización, procedimientos y métodos del sector turístico, recomendando medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones. Las actividades de investigación se desarrollan generalmente en la Universidad o a través de instituciones turísticas que también tienen líneas de investigación. Para la formación en los ciclos formativos y en ciertos puestos de la Universidad esta pensado el grado en Turismo, así como todas las salidas profesionales relacionadas con la formación continuada.

- Consultor junior: Es el soporte del consultor senior, participando en el desarrollo de la gestión de los proyectos turísticos que le sean asignados (planificación, ejecución, seguimiento y análisis de la satisfacción del cliente), bajo la supervisión y coordinación del responsable del proyecto.
- Profesor: es responsable del aprendizaje de los alumnos a partir de los criterios establecidos en cuanto a los objetivos y metodologías de formación, innovando, investigando y aportando conocimientos al sector turístico.
- Ayudante de investigación: Es la persona que desarrolla los trabajos de campo en los proyectos de consultoría y/o soporte a los consultores en sus tareas, redactando borradores de informes y desarrollando abstracts de la información.

### 3.1.3. Competencias Transversales de la Universidad de Murcia

El título que proponemos asume las competencias generales propias de la Universidad de Murcia (CGU) y tanto éstas como las competencias Generales del Título (CGT) y las competencias específicas del mismo (CET) han tenido como referentes la propia Constitución española de 1978, el Libro Blanco del Título de Grado en Turismo (2004) y las líneas de orientación general marcadas por los Subject Benchmark Statements de la QAA y por el Bologna-Handbook de la EUA.

Son **Competencias Generales propias de la Universidad de Murcia:**

**CGU1.** Ser capaz de expresarse correctamente en español en su ámbito disciplinar.

**CGU2.** Comprender y expresarse en un idioma extranjero en su ámbito disciplinar, particularmente el inglés.

**CGU3.** Ser capaz de gestionar la información y el conocimiento en su ámbito disciplinar, incluyendo saber utilizar como usuario las herramientas básicas en TIC.