

## 2. JUSTIFICACIÓN

### 2.1 JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

#### 2.1.1 Interés académico, científico o profesional del título propuesto

El escaso intervalo temporal acaecido desde la implantación del turismo como una actividad humana generalizada en las sociedades desarrolladas, y la existencia de implicaciones culturales, sociales, económicas y territoriales que todavía están en transformación y evolución, condiciona que aun esté abierto un amplio debate científico y académico sobre la definición de la actividad turística y la determinación de su ámbito de estudio. En efecto, conceptualizar la palabra "turismo" representa adentrarse en una tarea ardua y compleja dado su carácter poliédrico dentro de un universo semántico difuso. La amplitud conceptual del hecho turístico hace más complejo su comprensión global. No obstante, desde 1995 se dispone de unas definiciones oficiales, publicadas por la OMT (1995), que son la referencia de todos los países para el análisis del turismo.

Según el criterio de la OMT los turistas son personas que realizan viajes a destinos con una duración superior a 24 horas e inferior a un año por cualquier causa distinta a la de tener su empleo en el lugar visitado. Si bien la mayor parte del turismo tiene como principal motivación el ocio en el tiempo libre, también la salud, las relaciones personales y, sobre todo, el ejercicio profesional, generan viajes y estancias y, por tanto, turismo (Nácher y García Reche, 2008). Estos autores señalan la tendencia creciente a considerar el turismo como la experiencia personal de un turista que efectúa un viaje de ida y vuelta y una estancia durante los que lleva a cabo actividades provistas o facilitadas por agentes públicos y privados, sean empresas o población residente. Así, compañías de transporte, hoteles y restaurantes, productores de ocio, operadores y agencias de viajes, sector inmobiliario y tejido comercial son la clase de empresas a las que el turista demanda actividades y servicios y, en consecuencia, se ven afectadas en mayor o menor medida por la dinámica del sector turístico.

La actividad turística alcanza también al sector público. De este modo, los gobiernos, a través de los diversos niveles de la administración pública, regulan esta actividad, ordenan el territorio y proveen de las infraestructuras, equipamientos y servicios imprescindibles para la accesibilidad, seguridad y habitabilidad de los destinos. Finalmente, la propia población residente mantiene relaciones con los turistas al margen del mercado, la cuales forman parte también de la experiencia del destino.

Esta multidimensionalidad ha determinado que el turismo haya sido analizado desde distintas perspectivas disciplinares y presente diferentes dimensiones en su consideración. De este modo se ha venido configurando un ámbito de aplicación multidisciplinar, donde confluyen diversas aportaciones científico-técnicas, desde la planificación territorial hasta el análisis económico pasando por la gestión empresarial, la comunicación interpersonal, las técnicas de trabajo en equipo o el marketing de servicios, por citar solo unos pocos ejemplos. Todo lo cual ha venido a suponer un importante reto en la aplicación de las distintas perspectivas científicas de análisis e intervención.

A la complejidad de la actividad turística, se le añade su manifestación dinámica, el continuo crecimiento cuantitativo y cualitativo que hace que el turismo se redescubra constantemente, de tal forma que la visión que puede tenerse en un momento determinado pueda variar y las definiciones que ahora sirven pueden ser insuficientes en el futuro para describirlo.

Los diferentes modelos turísticos implantados en las últimas décadas necesitan una renovación dado que los nuevos modelos de desarrollo turístico se dirigen hacia visiones más flexibles donde la participación de todos los agentes de la realidad turística tienen una mayor intervención. A su vez, el entorno turístico es cada vez más internacionalizado en el que destacan los fenómenos de integración horizontal, vertical y diagonal, que suponen un cambio estructural y competitivo en el sector.

Siguiendo esta dialéctica, la formación en turismo debe ir adaptándose continuamente a los nuevos postulados turísticos y debe ir utilizando nuevos paradigmas: "El producto turístico o los productos

turísticos, se transforman, se renuevan constantemente, día a día, buscando nuevas y distintas oportunidades de satisfacer al turista tradicional y tratando de ofrecer huecos inexplorados para los más exigentes o los más inquietos. En la innovación de la oferta descansa buena parte de la esperanza de futuro del mercado turístico" (Monfort, Morant e Ivars, 1996). Enlazando con la apreciación de Vera (1994), que señala la necesidad de adecuar la oferta a las motivaciones cambiantes de la demanda y a una nueva situación de los escenarios internacionales, en condiciones cada vez de mayor competitividad, puede hablarse de nuevos desafíos turísticos. Aparece el turismo como un reto dentro de una estructura productiva que debe contribuir esencialmente en los procesos de desarrollo regional.

Mantener la oferta de un Máster en Dirección y Planificación del Turismo, que viene impartándose en la UVEG desde 2007, es una oportunidad no sólo para posibilitar una cualificación mayor y más apropiada de profesionales del sector turístico sino, también, para incentivar una investigación y reflexión teórica de calidad que contribuya al proceso de "redefinición" continua del producto y del territorio turístico.

La UVEG posee una dilatada experiencia en investigación turística y transferencia de conocimientos al entorno (contratos de I+D+i, cátedras sectoriales, etc.) a través de diversos grupos consolidados en Departamentos, Institutos y Unidades de Investigación que son referencia en el ámbito regional y nacional, como por ejemplo:

El área de Turismo del Instituto de Economía Internacional desarrolla trabajos y proyectos internacionales, nacionales y regionales, que abarcan la gran diversidad temática que comprende este sector: planificación y desarrollo turísticos, diseño de sistemas de información turística, análisis del turismo y el territorio, educación y políticas de formación en turismo, sostenibilidad turística, acceso a la innovación y a las nuevas tecnologías, estudio de normativas y legislación, impactos de la actividad turística, etc.

El área de Turismo del Instituto de Desarrollo Organizativo y de la Calidad de Vida Laboral se ocupa de aspectos psicosociales de las organizaciones turísticas, de la conducta organizativa, del comportamiento turístico y del desarrollo de los recursos humanos, en los distintos ámbitos del turismo.

El Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, desde todas sus áreas de investigación, pero especialmente desde el área de "Turismo y Economía de la Cultura" realiza investigación, formación y asesoramiento técnico dirigidos al impulso de los procesos "macro" con una actuación estratégica desde el entorno local que permita aprovechar oportunidades, potenciar recursos y minimizar los riesgos y las debilidades de los sistema territorial, especialmente sensibles en el caso de los ámbitos territoriales turísticos.

La Cátedra Air Nostrum de Calidad del Servicio, adscrita al Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, está dirigida especialmente a estudiantes del grado en Turismo con el fin de concienciarles del compromiso, tanto en el sector público como privado, de mejora continua de la relación con los cliente. Es la primera cátedra patrocinada por una empresa privada, dedicada a la investigación, estudio y difusión de la excelencia en el servicio.

El área de Turismo Social del recién creado Instituto de Polibienestar, centrada en el impulso de estrategias que desarrollen, promuevan e innoven el turismo social y sanitario en España, objetivo prioritario de la Agenda de Lisboa de la U.E.

El Máster de Dirección y Planificación del Turismo de la UV tiene un elevado interés académico, prueba de ello es que lleva impartándose desde el curso 2007-2008 con total éxito de demanda. Las 40 plazas ofertadas son cubiertas en su totalidad cada curso quedando una lista de espera muy amplia. Este Máster está teniendo una repercusión mediática creciente pues cada año aumenta el número de solicitudes de estudiantes de Latinoamérica, Asia y Europa del Norte.

Además el Máster en Dirección y Planificación del Turismo forma parte de la denominada RED-INTUR. El objetivo fundamental de este proyecto es el de diseñar un Título común para aquellas

universidades que participan en el grupo de trabajo, manteniendo el criterio unitario de una troncalidad común, que permita articular sobre esa base diferentes especialidades en las universidades participantes en atención a las características y peculiaridades del entorno turístico. Se pretende que este trabajo culmine en un reconocimiento de esta titulación a nivel nacional e internacional que garantice una formación de postgrado en temas turísticos desde el ámbito de la Universidad.

Las universidades que actualmente imparten el máster son:, Universitat d'Alacant, Universidade da Coruña, Universitat de Barcelona (CETT), Universidad Complutense de Madrid, Deustuko Unibertsitatea, Universitat de Girona, Universitat de les Illes Balears, Universidad de La Laguna, Universidad de Las Palmas, Universidad de Málaga, Universidad de Oviedo, Universidad Politécnica de Cartagena, Universidad Rey Juan Carlos (Madrid), Universitat Rovira i Virgili (Tarragona), Universidade de Santiago de Compostela, Universidad de Sevilla, Universitat de València, Universidade de Vigo, Universidad de Zaragoza.

El interés profesional de un Máster en Dirección y Planificación en Turismo viene determinado por el propio impacto que la actividad turística tiene tanto en la economía valenciana como española. Según Exceltur, en 2009 y a pesar de la crisis económica, el turismo generó el 12'6% del empleo valenciano. Se vaticinan cifras mejores para 2011 puesto que se han incrementado y mejorado todos los indicadores turísticos. Debido a este impacto sobre el empleo las necesidades formativas son innegables y especialmente las de elevada cualificación. El Máster en Dirección y Planificación del Turismo permite formar especialistas en los siguientes perfiles profesionales: Planificador y gestor de destinos turísticos, Director de producto turístico, Director corporativo de organizaciones turísticas, Director operativo en el área del turismo, Responsable de actividades de investigación desarrollo e innovación en el campo del turismo, Consultor turístico.

### **2.1.2. Objetivos generales del título**

El objetivo general de este Título de Máster en Dirección y Planificación del Turismo es formar al alumno/a en una idea global (que no general) de la actividad turística, capaz de asumir las nuevas exigencias del entorno global y sus repercusiones sobre los organismos públicos, las empresas privadas y la actividad investigadora, dentro de unos parámetros de sostenibilidad, ética y gobernanza.

Este objetivo general se concretiza en los siguientes objetivos parciales:

- 1) Conocer el desarrollo de la actividad turística, sus limitaciones y ventajas y entender los mercados turísticos desde el nivel local al internacional.
- 2) La formación de técnicos en la gestión pública del turismo, que asuman y entiendan el reto de manejar una actividad que está en un cambio continuo, poniendo su trabajo al servicio de las empresas, de las administraciones, los ciudadanos y los turistas de forma que genere una filosofía de gestión basada en una gobernanza del destino que sea asumida por todos los agentes.
- 3) La formación de especialistas capaces de entender y analizar los complejos procesos de planificación del destino transmitiendo la responsabilidad de conservar los hábitats para generaciones futuras.
- 4) Actuar dentro de un marco de las exigencias de calidad, competitividad y sostenibilidad, así como de la creciente internacionalización de las empresas.
- 5) Formación de profesionales de alto nivel para la dirección y planificación de empresas.
- 6) La formación de expertos que orienten su carrera profesional hacia la investigación y el desarrollo del conocimiento en el ámbito del turismo.

A nivel general, la formación debe cubrir los conocimientos básicos necesarios para alcanzar los perfiles profesionales (ANECA, 2005, capítulo 5) de los cuatro ámbitos de trabajo recogidos en el

Cuadro 1.

**CUADRO 1. PERFILES PROFESIONALES**

<b>AMBITO DE LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS</b>	
<b>ALOJAMIENTO</b>	<p>Director Económico - Financiero de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p> <p>Director de Recursos Humanos de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p> <p>Director de Compras de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p> <p>Director de Marketing de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p> <p>Director de Calidad de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p> <p>Director de Explotación de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p> <p>Director de Reservas de cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras.</p>
<b>INTERMEDIACION</b>	<p>Director de Producto en Agencias Mayoristas TTOO.</p> <p>Director Comercial en Agencias Mayoristas TTOO.</p> <p>Gestor de mercados emergentes.</p> <p>Director de OPC</p>
<b>AMBITO DE LA PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS</b>	
<b>PLANIFICACION Y GESTION PUBLICA DE DESTINOS</b>	<p>Técnico Superior de una institución pública de planificación y política turística.</p> <p>Técnico Superior de una institución pública de promoción. Gerente de un programa de un plan de dinamización / excelencia.</p> <p>Director de producto de una institución dinamizadora de producto (como los Convention Bureau).</p>
<b>AMBITO DE LA FORMACIÓN, INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA</b>	
<b>FORMACION, INVESTIGACION Y CONSULTORIA</b>	<p>Director de Consultoría.</p> <p>Consultor senior.</p> <p>Documentalista de Consultoría</p> <p>Profesor universitario.</p> <p>Investigador universitario.</p>

Fuente: Elaboración propia, a partir de ANECA (2005)

**2.1.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios**

La Comisión de Coordinación Académica actual del Título de Máster en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Valencia se ha reunido en 4 sesiones a lo largo del mes de septiembre de 2011 para la elaboración del plan de estudios.

**2.1.4. Diferenciación de títulos dentro de la misma universidad**

No existe ningún otro título de Master Oficial en la Universidad de Valencia de similar contenido académico.