

ESTUDIO SOBRE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS COMO PARTE DE LA FORMACIÓN DEL MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO INTERIOR Y DE SALUD: PERIODO 2008-2014

La presente investigación se centra en la formación vía prácticas externas de los estudios de segundo ciclo, también denominados masters universitarios. En concreto, se analizan las posibilidades que el Master en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud, Universidad de Vigo, (anteriormente Master en Dirección y Planificación del Turismo) plantea a sus alumnos en lo que respecta a las prácticas, así como los intereses que éstos muestran a la hora de elegir una u otra empresa o entidad. Para ello se han analizado los datos recogidos por parte de la coordinación del master entre los cursos 2006-2008 y 2013-2014.

El Master en Dirección y Planificación del Turismo empezó su andadura en el año 2006, siendo en aquel momento un programa oficial de postgrado (P.O.P.) de 120 créditos ECTS, es decir, de dos cursos académicos. Ya en dicho programa, se contemplaba una materia denominada prácticas de 9 créditos ECTS, lo equivalente a 300 horas de prácticas en una empresa. La docencia en aula de las distintas materias que componía dicho master se impartía a lo largo del primer curso y primer cuatrimestre del segundo curso, destinándose precisamente el último cuatrimestre del programa a la realización de prácticas. En ese momento el alumno tenía cursada prácticamente la totalidad del master, estando en el punto más alto de formación universitaria, instante más adecuado para iniciar las prácticas.

Con la adaptación de las titulaciones universitarias al nuevo plan (aparición de los grados) el master tuvo que readaptar su oferta, pasando por tanto a reformularse su programación e impartirse en un solo año. Nace así en 2011 el actual Master Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud, de 60 créditos ECTS. A la hora de rediseñar la oferta de materias, en ningún momento se dudó de la necesidad de las prácticas externas, de ahí que de los 60 créditos ofertados se mantuviesen 9 para las prácticas. De nuevo estas prácticas se realizan en la última parte del segundo cuatrimestre, manteniendo la docencia de las demás materias en el primer cuatrimestre y dos primeros meses del segundo. A partir del mes de abril, el alumno dispone de tres meses sin docencia para sumergirse de lleno en el mercado laboral vía prácticas.

Es por ello, que a pesar de tratarse de dos masters diferentes o más bien, una evolución del primero hacia el actual, se cree oportuno realizar una comparativa de la materia prácticas. Éstas han tenido siempre la misma duración, mismo fin y el método de gestión de las mismas ha sido muy similar. Por una parte, el master, tras hablar con una serie de empresas del sector turístico y firmar con ellas un convenio de prácticas (a través de la Universidad de Vigo), oferta una bolsa de empresas a los alumnos para poder realizar sus prácticas. Por otra, si el alumno está interesado en alguna otra empresa y ésta está dispuesta a acogerlo en prácticas, se firma convenio con la misma. Para

ello a principio de curso se facilita a los alumnos un impreso en el que especificar la empresa elegida (de la oferta del master o propuesta propia). Antes de iniciarse las prácticas se cubre un documento con los datos del alumno y programa detallado de prácticas, indicando sus tareas, áreas de conocimiento e intereses dentro de las temáticas impartidas en el master. Se busca con esto adaptar en la mayor medida posible la oferta de la empresa a las aspiraciones e intereses del alumno. Recordemos que el fin último es que éstas prácticas sean relevantes para el alumno que las cursa y le aporten una primera experiencia en el mercado laboral.

Tras finalizar las prácticas, tanto la empresa como el alumno deben cubrir un impreso donde valoran la experiencia, por lo que se tienen evaluaciones de ambos lados. La primera matiza la calificación que el alumno va a recibir en su expediente en esta materia, y la segunda ayuda al master a conocer el grado de adaptación que la empresa ha tenido respecto a las prácticas solicitadas, así como el trato hacia el alumno.

PRINCIPALES RESULTADOS

En la presente investigación se ha analizado la materia prácticas a lo largo de 8 cursos, 5 del master ya extinto en Dirección y Planificación del Turismo (2006-2008; 2007-2009; 2008-2010; 2009-2011 y 2010-2012) y 3 del master impartido en la actualidad, Master en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud (2011-2012; 2012-2013 y 2013-2014).

En lo que respecta a la oferta de empresas por parte del master, ésta se inició en aproximadamente 40 empresas en el año 2008, todas ellas situadas en España. Ya en ese primer año de prácticas se ofreció a los alumnos del master la posibilidad de realizar también prácticas en otros países europeos a través de la Beca Leonardo da Vinci de la Diputación Provincial de Ourense, oportunidad que no ha dejado de comunicarse a los alumnos curso tras curso. En ese primer año, de los 23 alumnos matriculados, 4 optaron por esta vía. Estos 4 alumnos realizaron sus prácticas en empresas del sector hotelero y de la distribución turística en Reino Unido, Francia y Portugal.

La inicial bolsa de 40 empresas se ha ido incrementando a lo largo del periodo estudiado, tanto por parte de acuerdos de la coordinación como de empresas añadidas tras peticiones de los alumnos. Actualmente asciende a más de 80. Dentro de ellas se establecen 7 grupos: hoteles, establecimientos termales (balnearios, talasos y termas), paradores, agencias de viajes, ayuntamientos u entidades públicas, consultoras turísticas y organización de eventos y otros (turismo activo o proyectos de turismo ligados a otras empresas, por ejemplo, turismo de shopping en una empresa textil). Como se observa en el Gráfico 1, curso tras curso, destaca con diferencia el grupo de los hoteles, iniciándose en 19 y superando actualmente la cifra de 30. Inicialmente suponía el 50% de la oferta, aproximadamente, y en 2014 pasó a suponer el 37%. Han ido ganando peso otros grupos como el de los establecimientos termales o las agencias de viaje (19,27% cada uno de ellos, en 2014). Dichos cambios se corresponden en gran medida a la demanda del alumnado, especialmente en el caso de establecimientos termales, especialidad turística

por la que acuden al master un destacado número de los alumnos que finalmente se matriculan.

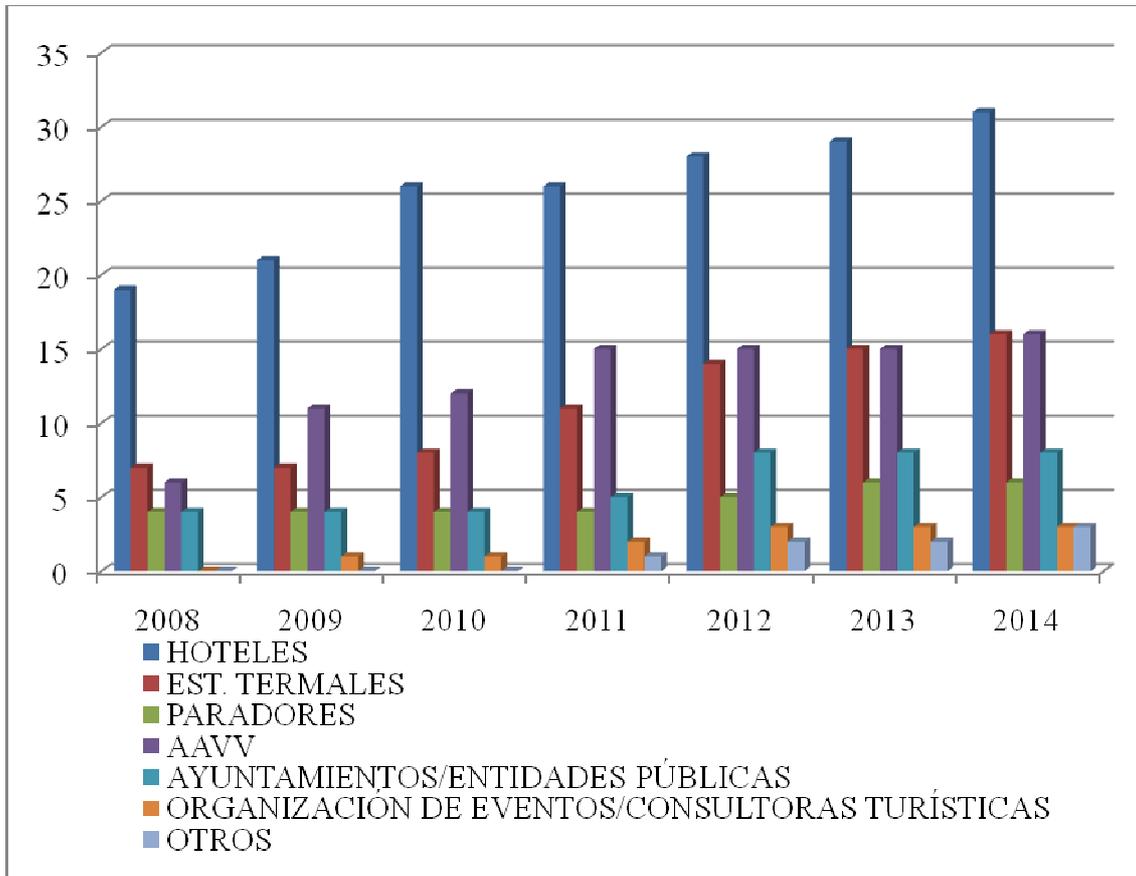


Gráfico 1.- Oferta de empresas para realización de prácticas (unidades)

En lo que respecta a los alumnos, comentar en primer lugar que hasta el curso 2009/2010 las plazas ofertadas por el master eran 25, por lo que las cifras de matriculados oscilaron entre los 19 y los 25 alumnos. En el año 2009 se introdujo en el master una segunda modalidad, la semipresencial, ampliándose el número de plazas a 40: 25 para la modalidad presencial y 15 para la modalidad semipresencial. Por ello las cifras de matriculados ascendieron considerablemente, moviéndose entre los años 2009 y 2014 entre un mínimo de 26 y un máximo de 38 (teniendo en cuenta sólo nuevas matrículas). Matizar también que no todos los alumnos matriculados realizaron la materia prácticas, ya que precisamente parte de los alumnos de la modalidad semipresencial son trabajadores en activo del sector turístico, por lo que convalidan dicha materia. De todos modos, a partir del año 2009 la bolsa de gestión de prácticas incrementó su tamaño, llegando a tener que proponerse en el impreso de petición de prácticas tres empresas a elegir por orden de preferencia. En caso de ser varios las solicitudes para la misma empresa y no tener ésta suficientes plazas de prácticas, la Comisión Académica del master decide el alumno que tiene preferencia en función de variables como su expediente académico. Como caso especial destaca el año 2012, en el que convergen las prácticas de los dos masters simultáneamente, las del master ya

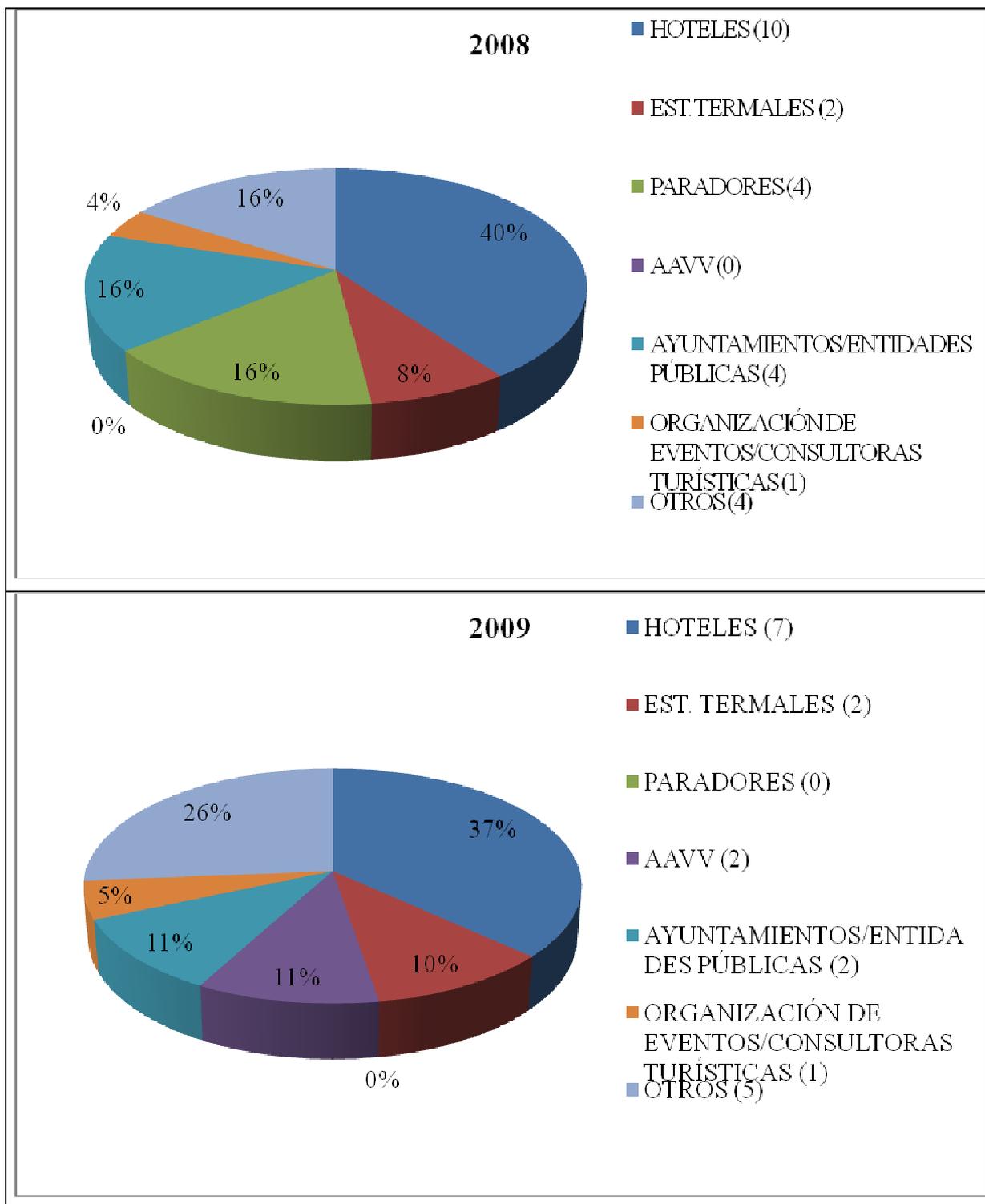
extinto y las del primer año del nuevo. Por ello, en el curso 2011/2012 se llegaron a gestionar de modo excepcional 38 prácticas (Tabla 1).

AÑO	Nº ALUMNOS
2008	25
2009	19
2010	20
2011	28
2012	38
2013	26
2014	26
TOTAL	182

Tabla 1.- Número de alumnos que realizaron las prácticas externas (2008-2014)

En lo que respecta a las prácticas fuera de España vía beca Leonardo da Vinci, los alumnos siguieron solicitando esta opción, ampliándose las estancias a países como Italia, Irlanda o República Checa, además de Reino Unido, Portugal y Francia. Aún así, las mayores peticiones se realizaron en los primeros años por parte de alumnos de la modalidad presencial, perfil correspondiente a alumnos de entre 21 y 25 años con poca o ninguna experiencia laboral y recién titulados. Es esperable que los alumnos de la modalidad semipresencial, al estar ya trabajando, hayan renunciado a esta vía, imposible de incompatibilizar con otro empleo.

Tras analizar las prácticas realizadas durante los dos primeros cursos (antes de la existencia de la modalidad semipresencial) se observa una tendencia común. Los hoteles son la opción más atractiva, suponiendo prácticamente el 40% de las prácticas. Tras recoger las opiniones de los alumnos, existen dos motivos que justifican dicho hecho: 1) alumnos que no han realizado prácticas en hoteles y opinan que es imprescindible en su formación conocer el funcionamiento de un hotel, empezando desde la recepción, y 2) alumnos que ya han hecho prácticas en la recepción de un hotel y esperan a través del master acceder a departamentos con mayor responsabilidad (RRHH, marketing, dirección...). El resto de las prácticas se dividen entre organizaciones públicas (ayuntamientos, oficinas de turismo, entidades de promoción turística...), agencias de viajes y establecimientos termales. En el primer curso del master hubo un especial interés en Paradores, acudiendo hasta 4 alumnos al Parador de Sto. Estevo de Ribas de Sil y el Parador de Monforte, así como la Beca Leonardo, incluida en el apartado otros (los 4 alumnos ya mencionados). En el año 2009, de nuevo 5 alumnos optaron por esta beca (Gráficos 2 y 3).



Gráficos 2 y 3.- Prácticas realizadas en función de entidades (2008, 2009 y 2010)

A partir del año 2010 (curso 2009/2010) se oferta la modalidad semipresencial. En este primer curso es mayor el número de matriculados en la modalidad presencial que semipresencial, y prácticamente la totalidad de los alumnos de la nueva modalidad ya están trabajando en turismo, optando por este master para obtener un mayor grado de especialización y convalidando la

materia prácticas. Es por ello que no se incrementa el número de prácticas gestionadas. La tendencia en cuanto a hoteles sigue siendo la misma, preferencia por parte del 50% del alumnado. El porcentaje restante se divide de nuevo entre establecimientos termales, agencias de viajes y entidades públicas (Gráfico 4).

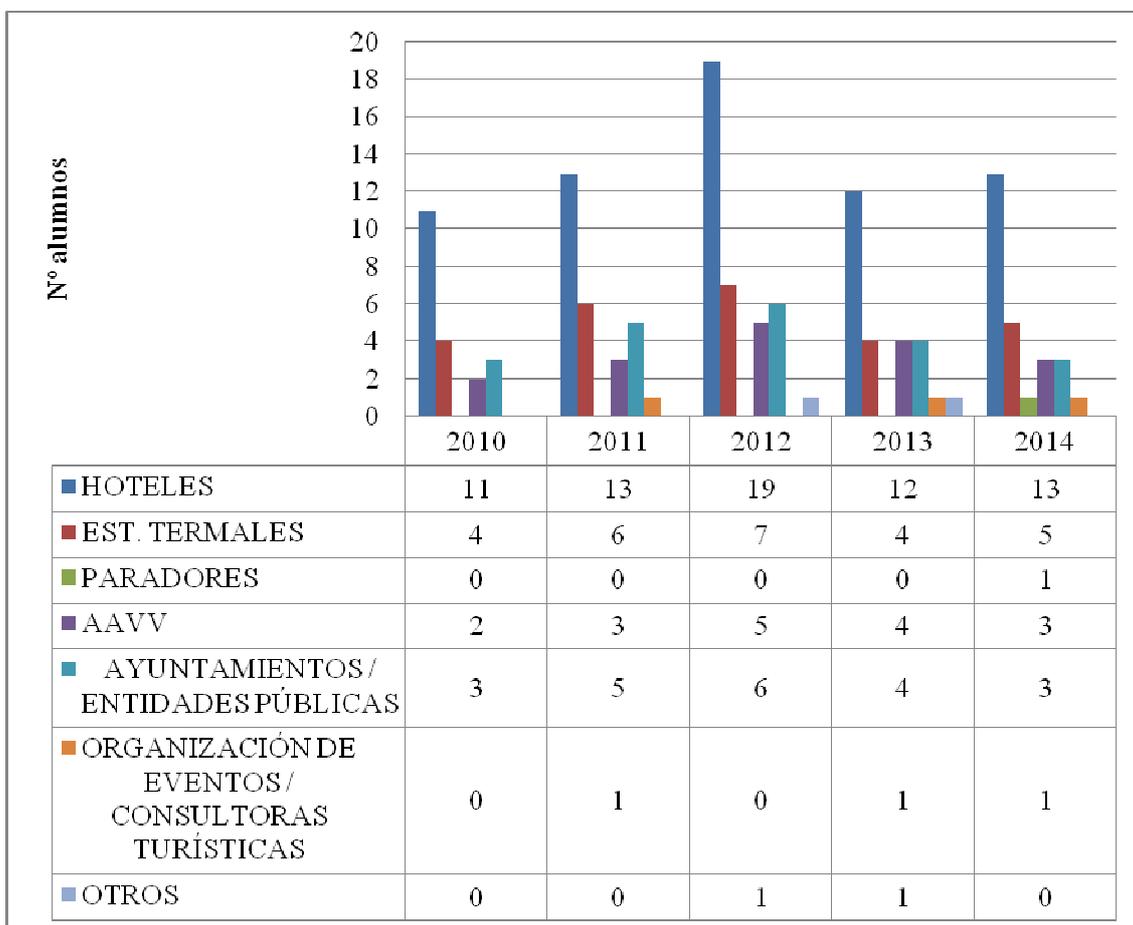


Gráfico 4.- Prácticas realizadas durante el periodo 2010-2014

A la hora de hablar de las prácticas gestionadas por un master, es esperable conocer también algún dato vinculado con la empleabilidad directa de esas prácticas. Los casos más relevantes son los de los alumnos que han seguido trabajando en la misma empresa de prácticas inmediatamente tras su finalización o han sido llamados unos meses después, tan pronto ha habido una vacante. En el año 2012 se contactó vía mail con los alumnos egresados, preguntando por su situación laboral. De las respuestas obtenidas, se obtuvieron los siguientes datos relativos a empleo en la propia empresa de realización de prácticas (Tabla 2):

Empresa realización prácticas	Nº alumnos contratados	Observaciones

AC Hotel Villa de Allariz (Ourense)	1	Contratada actualmente
Le Meridien Ra Beach (Tarragona)	2	Contratos temporales de hasta 2 años
Eurostars Ourense (Auriense y San Clodio)	4	1 contratado actualmente
Ibernisha (Termas Chavasqueira y Outariz)	3	1 contratado actualmente
Gala Termal (Mondariz)	1	Contrato ya finalizado
Consortio Turismo A Ribeira Sacra (Ourense)	1	Contratada actualmente
The Westin Valencia	1	Contrato temporal
Paradores	2	Contratos ya finalizados

Tabla 2.- Alumnos contratados en la empresa de prácticas

A los datos de la Tabla 2 cabe añadir el caso de una alumna (promoción 2007-2009) que realizó las prácticas en una empresa de organización de eventos y finalmente decidió emprender creando su propia empresa, de la misma actividad que las prácticas realizadas. A día de hoy esa empresa sigue operativa.

Ya para finalizar, mencionar que en cuanto a las valoraciones por parte de alumnos y de empresas, año tras año son muy similares. En cuanto a las empresas éstas hacen una valoración muy positiva de los alumnos, con una media de 4,5 en una escala del 1 al 5. Son escasos y excepcionales los casos de notas inferiores a 3, dándose tan solo un caso de abandono por parte de un alumno antes de finalizar las prácticas. En lo que respecta a los alumnos, las valoraciones de las empresas también son positivas, de ahí que año tras año se sigan ofertando, además de las que se van añadiendo al listado. En los casos en que la nota ha sido inferior a la media (próxima a 4 en una escala del 1 al 5), se debe, en la mayoría de los casos, a diferencias entre las expectativas del alumno en lo que respecta al mundo laboral y la realidad. El sector turístico, especialmente en el sector hotelero, necesita de personal las 24 horas del día y todos los días del año. De ahí que existan turnos de trabajo diferentes a otros sectores y días de descanso a veces entre semana. Lo mismo ocurre con las empresas que organizan eventos, eventos que a veces se celebran en fin de semana. Aunque se intenta respetar un horario ventajoso para los alumnos de prácticas respecto al personal laboral de la empresa, a veces se pide participación fuera de un horario convencional, aspecto que a ciertos alumnos no les agrada, lo cual se refleja en su valoración de prácticas.

CONCLUSIONES

En el actual modelo educativo el aproximar al alumno al mercado laboral es imprescindible. Las clases meramente teóricas no son suficientes, por lo que tanto las aportaciones de profesionales como el acercamiento del alumnado a las empresas, ya es una realidad. Por ello, las nuevas titulaciones de primer ciclo, los grados, ya incluyen la materia prácticas externas como parte de su plan educativo. Del mismo modo, los masters, siguen en esta línea, ofertando de nuevo a sus alumnos la oportunidad de realizar más prácticas y seguir así adquiriendo experiencia en el mundo laboral.

Tras analizar el caso del Master en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud (prácticas del periodo 2008-2014), en el que se gestionaron un total de 182 prácticas, se muestra que la mitad de los alumnos optaron por los hoteles. Aunque el master posee la especialidad de Turismo Interior y de Salud, cierto es, que existe una notable carga de materias de gestión y dirección, del interés de un notable número de alumnos. Las prácticas en establecimientos termales, ya sean balnearios, talasos, spas o termas, también es uno de los motivos por los que acuden a dicho master. Aproximadamente 30 estudiantes han hecho sus prácticas en diversos balnearios pertenecientes a la Asociación de Balnearios de Galicia, entre ellos los del grupo Caldaria, Balneario de Mondariz o Gran Hotel La Toja, así como en las termas de la ciudad de Ourense (Ibernisha) o establecimientos de otros puntos de España (Las Caldas Villa Termal, Asturias, entre otros). El tercer sector más demandado, es el público: ayuntamientos y entidades públicas de promoción turística. El master oferta formación en planificación de destinos turísticos y promoción turística, materias muy aprovechadas en este caso. Es por ello que 27 alumnos hayan optado por esta vía.

En definitiva, por una parte, las empresas se ven beneficiadas de esta alternativa, formando a alumnos que posteriormente pueden incorporarse a su plantilla, o si no se da el caso, que pueden mejorar el panorama del sector turístico. Así se demuestra en las evaluaciones que éstas hacen de los alumnos, en las que plasman un alto grado de satisfacción. No se debe obviar que, a pesar de los tiempos de crisis en los que estamos, en algunos casos, los alumnos han llegado a ser contratados ante alguna vacante, ya que cuentan con una primera formación y nociones básicas vinculadas a la empresa. Por otra parte, los altamente beneficiados son los alumnos, los cuales viven sus primeras experiencias en la realidad laboral, adquiriendo competencias que no se pueden alcanzar de ningún modo en un aula. Es por ello que las valoraciones en lo que respecta a la materia prácticas son muy satisfactorias, tanto en la valoración de las propias empresas como por el objetivo en sí de dicha materia.