

EL PAPEL DEL CAPITAL HUMANO EN EL SECTOR TURÍSTICO: ALGUNAS REFLEXIONES Y PROPUESTAS

Adelaida Lillo Bañuls

Universidad de Alicante

RESUMEN

En este trabajo se reflexiona sobre el papel del capital humano como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación en las organizaciones turísticas. Asimismo, se plantea la necesidad de establecer distintas escalas de alcance en la formación turística para poder determinar las posibles líneas de actuación en las políticas educativas y en el fomento de la investigación en turismo. Así, con el fin de incrementar el nivel de educación y la preparación de los trabajadores del sector, se plantean propuestas para tratar de acercar la formación turística a las necesidades reales de su tejido productivo para mejorar tanto la calidad de su capital humano como la valoración del mismo y su rendimiento educativo. Es este un factor indispensable para permitir el desarrollo de un sector sólido y sostenible, capaz de competir en un entorno global y ante situaciones cambiantes.

Palabras clave: capital humano turístico; educación y formación turística, competitividad, rendimiento educativo, escalas.

Human capital and its role in the tourist sector: some reflections and proposals

ABSTRACT

This paper reflects on the role of human capital as a strategic factor in achieving competitive differentiation in tourism organisations. It also highlights the need to establish different levels of scope in tourism training aimed at identifying possible areas for action in terms of education policies and the promotion of research in tourism. Thus, in order to increase the level of education and training of workers in the sector, proposals are suggested

Fecha de recepción: 23 de febrero de 2009

Fecha de aceptación: 30 de octubre de 2009

Departamento de Análisis Económico Aplicado. Universidad de Alicante. Apartado 99. 03080 ALICANTE (España). E-mail: alillo@ua.es

which attempt to bring tourism training in line with the real needs of the productive network to improve the quality and value of human capital in the sector as well as increasing educational returns. This is an essential factor to allow the development of a robust and sustainable sector, capable of competing in a global environment and adapting to changing situations.

Key words: Human capital tourism, tourism education and training, competitiveness, returns to education, scope.

1. INTRODUCCIÓN

El papel clave de la educación y formación turística en las estrategias de competitividad del sector es una idea mayoritariamente aceptada por parte de los diferentes agentes relacionados con el sector de turismo (instituciones privadas, empresarios, trabajadores, sector público, universidades, centros de formación profesional, entre otros). Así, es un hecho constatable que el factor capital humano¹ en turismo está indisolublemente unido a la calidad del producto turístico, de tal modo que la competitividad o no de las empresas y/o destinos turísticos está estrechamente vinculada a profesionalidad de unos trabajadores capaces de transmitir a sus clientes una imagen positiva y una prestación de servicios que posibilite el cumplimiento de expectativas y la repetición o recomendación del destino².

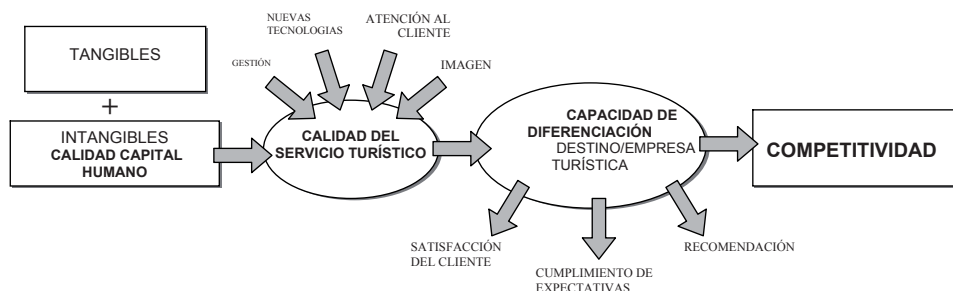
Asimismo, los aspectos relacionados con la eficacia en la incorporación de nuevos métodos de gestión y manejo de nuevas tecnologías en la empresa turística también requieren trabajadores con mayores niveles educativos. Así pues, como podemos ver en el gráfico 1, los aspectos relacionados con recursos tanto tangibles como intangibles, están relacionados con la calidad del servicio turístico, y entre ellos, para lograr un nivel elevado de atención al cliente, imagen del producto/empresa turística, buen uso de las nuevas tecnologías y una gestión adecuada y eficiente, es necesario contar con un capital humano preparado.

Estos elementos son sin duda los que van a conducir a las empresas turísticas a diferenciarse y ser competitivas, el cumplimiento de expectativas y satisfacción de los turistas, así como la recomendación de un destino o empresa turística va unido en gran medida a la capacidad de los empleados turísticos privados y públicos, de atender correctamente las necesidades de sus clientes.

1 Como señala Lillo *et al.* (2007) “el capital humano turístico lo podemos definir como la cantidad de conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo. Esta formación en el trabajo la adquiere el individuo, bien a través del aprendizaje derivado de la experiencia en el desempeño de su puesto, bien de la formación específica recibida”.

2 Como señalan Gutiérrez y Rubio (2009:142), “hemos de ser conscientes del papel más protagonista del trabajador en la gestión de la calidad de servicio” en las empresas turísticas.

Gráfico 1
CAPITAL HUMANO Y CAPACIDAD DE DIFERENCIACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

La importancia estratégica pues de este recurso³, el capital humano, como capacidad distintiva, nos conduce a plantearnos la necesidad de diseñar políticas de educación y formación de calidad en turismo.

Ahora bien, por un lado estamos valorando la relevancia del capital humano en turismo para llevar a cabo estrategias de crecimiento en el sector, sin embargo por otro, constatamos que el sector de turismo se caracteriza con relación a otros sectores de servicios de la economía por un bajo nivel de educación formal de sus trabajadores, representando este problema uno de los desajustes más importantes de las actividades turísticas. Es necesario abandonar políticas de bajo coste de personal, en las que únicamente se tiene en cuenta el abaratamiento en las contrataciones, por políticas de calidad en los recursos humanos donde se tenga en cuenta la cualificación y se valore significativamente la educación de los ocupados turísticos.

De ahí la necesidad de considerar la educación del capital humano turístico, Lillo *et al.* (2007), no como un coste sino como una inversión cuyos rendimientos obtenidos en el medio o largo plazo superen claramente el gasto realizado en su formación.

2. ALGUNAS REFLEXIONES

Al tratar de medir el capital humano, ésta aproximación se realiza a través de la variable educación y concretamente, y de modo generalizado con los niveles de educación reglada que tienen los trabajadores (primarios, secundarios o universitarios) o cuantificando los años de estudio necesarios para obtener una titulación. Desde esta perspectiva es importante conocer cuáles son los niveles educativos existentes en este sector de turismo, que tradicionalmente se han considerado bajos, así como su comparación con otros sectores

3 Casado (1997) afirma que la educación y formación turística debe considerarse como uno de los más importantes elementos estratégicos de la planificación turística, indicando que las iniciativas gubernamentales deben estar dirigidas a crear el conocimiento científico y tecnológico necesario para incrementar el nivel de eficiencia y productividad en este sector.

de actividad económica. Como podemos observar en la tabla 1, el porcentaje de trabajadores con niveles educativos básicos es mucho mayor en los trabajadores de actividades relacionadas con el turismo, y lo contrario sucede cuando observamos los datos de niveles de estudios universitarios.

Tabla 1
PORCENTAJE DE TRABAJADORES POR NIVEL DE ESTUDIOS

Nivel de educación:	Servicios turísticos	Servicios no turísticos
Primarios (primer ciclo ESO/EGB)	57,04%	34,10%
Secundarios (bachillerato y Formación Profesional)	30,36%	32,00%
Diplomatura Universitaria	6,28%	15,04%
Licenciatura o Postgrado	4,37%	16,79%

Lillo (2007) Fuente: Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo 1999-2002 (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, MTASS)

Además, no nos interesa conocer únicamente cuáles son los niveles de educación que principalmente tenemos en el sector, sino conocer la valoración que los empresarios del sector otorgan a esos niveles educativos que tienen sus trabajadores a través de la remuneración. Sobre la base de la teoría de capital humano se establece un nexo en el ámbito microeconómico entre educación, productividad y salarios. Así pues, la tasa de rendimiento de la educación o tasa de retorno, representaría el incremento en el nivel retributivo obtenido por un individuo por cada año adicional de educación reglada que éste posee. En este sentido trataríamos de analizar las diferencias salariales existentes entre los trabajadores del sector turístico, en razón de su nivel educativo y experiencia en el trabajo, es decir su rendimiento educativo (Lillo y Ramón, 2005; Lillo, 2007). En la tabla 2, comparamos la tasa de retorno de los trabajadores de servicios turísticos y no turísticos, comprobando que según esta estimación los años de educación son mayormente recompensados en los sectores de servicios no turísticos.

Tabla 2
RENDIMIENTO EDUCATIVO

Educación =años de estudio	Servicios turísticos	Servicios no turísticos
Rendimiento educativo (tasa de retorno)	3,3%	6,5%

Adaptado de Lillo (2007) Fuente: Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo 1999-2002 (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, MTASS)

Asimismo, el desajuste (*mismatch*) educativo en el mercado de trabajo se produce cuando el nivel de estudios que poseen los individuos, no es el requerido por el puesto de trabajo que ocupan. Esto puede ser porque los individuos tengan un nivel educativo inferior, estaríamos hablando de infraeducación o, por el contrario, ocupen puestos de trabajo que exigen menor nivel educativo del que realmente poseen, en este caso nos encontramos con situaciones de sobreeducación (*overeducation*) en el mercado laboral.

En la tabla 3 se muestran los porcentajes obtenidos al considerar la valoración de los trabajadores respecto a la adecuación o no de su formación al puesto que desempeñan.

Tabla 3
DESAJUSTE EDUCATIVO

	Servicios turísticos	Servicios no turísticos
Adecuadamente educado	74%	76,3%
Sobreeducación	19%	18%
Infraeducación	1,2%	1,4%
Necesita una formación distinta	1%	1%
No sabe	4,6%	3,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo⁴ 1999-2002 (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, MTAASS)

Como podemos observar en la tabla 3, los porcentajes son similares en ambas muestras. En los servicios turísticos un 74% de los trabajadores consideran que están adecuadamente educados (aquellos que afirman que su formación es acorde con el puesto de trabajo que desempeñan) y un 19% son los que estiman que están sobreeducados (aquellos que perciben que ocupan un puesto para el que se requiere una menor formación que la que poseen).

Marchante *et al.* (2003) realizan un estudio para analizar el impacto del desajuste educativo en el rendimiento de la educación y los salarios de trabajadores turísticos. Asimismo, en Marchante *et al.* (2005) se realiza un estudio similar obteniendo como resultado la existencia de una cierta prima salarial para los sobreeducados turísticos, así como también para determinados tipos de formación como son los idiomas o conocimientos informáticos. En este sentido, es muy relevante detectar los desajustes educativos en el sector e incluso la posible existencia de sobreeducación entre un porcentaje significativo de sus trabajadores.

4 Realizado a partir de la pregunta: ¿Considera que el puesto de trabajo que ocupa es el correcto de acuerdo con la formación que Vd. Tiene?; siendo las posibles opciones de respuesta: 1.-Es el correcto; 2.-Es más bajo que mi formación; 3.-Realmente sería necesaria más formación; 4.-Necesitaría una formación distinta.

Como señalan Lillo *et al.* (2006:49) cabría preguntarse:

“¿Podemos abandonar la idea de bajo nivel de cualificación en el sector y evolucionar hacia el concepto de una mejor adecuación o ajuste de la educación a las necesidades del sector turístico?”.

Asimismo, la consideración de aspectos laborales propios del sector de turismo es imprescindible para la comprensión de determinados factores que inciden en su capital humano, sin los que es imposible tomar decisiones acertadas en las estrategias a desarrollar y la realización de actuaciones concretas en materia de formación turística. Así por ejemplo, aspectos relacionados con la composición y características de la población activa en turismo, tanto de aquellos ya ocupados en el sector como de los desempleados que buscan trabajo en el mismo. El nivel medio de estudios de estos trabajadores, así como tener datos relativos a conocimientos específicos como idiomas, nuevas tecnologías o de si han realizado o están realizando acciones formativas relativas a especialización turística serían muy relevantes para interrelacionar las necesidades de capital humano que se demandan en el sector y la oferta del mismo.

También es significativo estudiar otros aspectos como el grado de experiencia laboral media en el sector, la rotación y movilidad de trabajadores.

Otros elementos como la tipología de contratos, las categorías profesionales, la remuneración media en los distintos tipos de puestos, los tiempos de trabajo tan específicos en este sector, la disponibilidad de mano de obra en momentos puntuales debido a la estacionalidad, la agilidad o no de los procesos de incorporación de nuevos trabajadores a los puestos vacantes, son también cuestiones a tener en cuenta a la hora de diseñar políticas de formación dirigidas al sector de turismo.

Por último señalar que son las empresas turísticas las que demandan este capital humano. Es en ellas en las que hay que buscar los perfiles de formación para responder a cuestiones como:

- ¿Qué niveles educativos se están demandando?
- ¿Qué capacidades o habilidades se requieren de los trabajadores?
- ¿Qué conocimientos específicos de idiomas o nuevas tecnologías se están valorando?
- ¿Qué titulaciones son las más demandadas?
- ¿Cómo se valora a los egresados de turismo?

Así, el conocimiento de la demanda de capital humano turístico es básico para definir la configuración de su oferta.

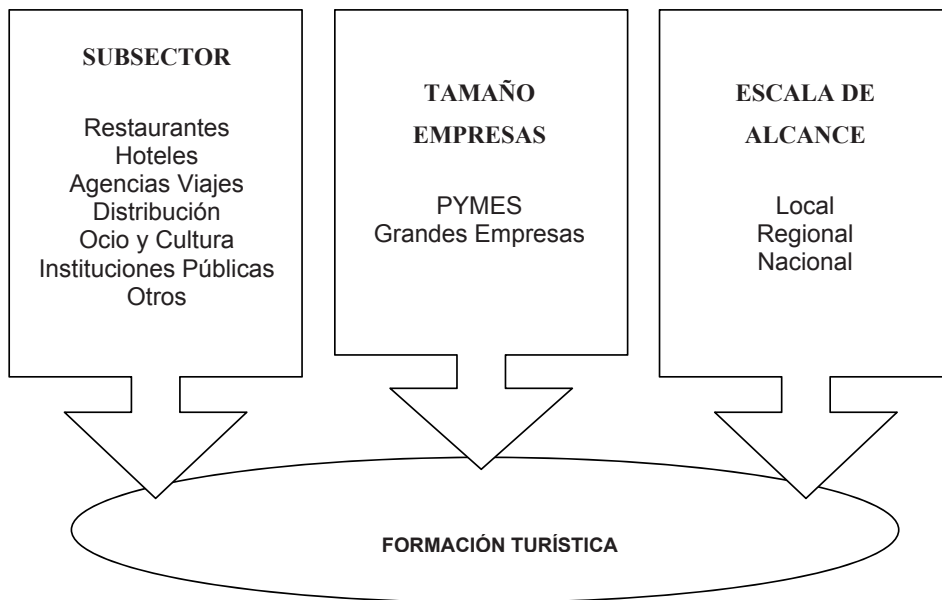
3. FORMACIÓN-EDUCACIÓN EN TURISMO: PROPUESTAS PARA SU MEJORA

Ahora bien, el entorno laboral y las características propias del sector turístico hacen necesario plantear algunos aspectos fundamentales. Así, una de las primeras cuestiones que hay que destacar a la hora de analizar las necesidades educativas en turismo es la estructura segmentada de la demanda de capital humano en el sector, esto es, en cada sub-

sector turístico: hostelería, restauración, agencias de viaje y distribución, transportes, ocio, que demandarán unos perfiles formativos determinados y tendrán sus propias necesidades de especialización y profesionalización. Asimismo, también debemos considerar que la estructura empresarial del sector turístico marca claramente la existencia de dos tipos de empresas, las PYMES (pequeña y mediana empresa) y las grandes empresas turísticas. Las primeras, muy numerosas marcan la gran atomización existente en el sector, es decir numerosas pequeñas empresas turísticas con gestión de corte familiar y a corto plazo. Las segundas, por ejemplo las grandes cadenas hoteleras, con mayores niveles de inversión y objetivos a largo plazo. Estos dos tipos de empresas plantean distintas formas de actuación en cuanto a capital humano se refiere.

Además, otra cuestión importante que hemos de observar es la necesidad de establecer distintas dimensiones en la oferta de formación turística. Esto es, del mismo modo que los planes de desarrollo turístico tienen distintas escalas de alcance, nacional, regional y local (Pearce, 1989; Pearce, 1990), el capital humano en turismo debe analizarse desde esta triple consideración para establecer las estrategias a seguir en educación turística que puedan servir de un modo eficiente a las necesidades formativas del sector. Es decir, no es lo mismo observar la demanda de educación turística genérica, lo que corresponde a una formación de base, media o superior, que determinar qué necesidades concretas de capital humano se han de atender en los diferentes destinos turísticos.

Gráfico 2
ESCALA Y DIMENSIÓN EN LA FORMACIÓN TURÍSTICA



Fuente: Elaboración propia.

La creación y puesta en funcionamiento de un observatorio de recursos humanos turísticos, puede ayudar a entender las necesidades en cuanto a capital humano de subsectores y destinos concretos. Diferenciar los perfiles demandados según niveles profesionales e incluso posibilitar tanto un diseño más general de formación, como planteamientos *just in time* para cubrir necesidades específicas y puntuales de formación. Es necesario por tanto, analizar qué perfiles y niveles profesionales se requieren por parte de las empresas turísticas y cuáles son sus criterios de selección.

Las decisiones de programas de formación en turismo, atañen no sólo a las instituciones educativas, sino también a las expectativas de los profesionales que requieren ser formados y a las expectativas de las empresas en cuanto a su demanda de capital humano. Así, la mirada al tejido productivo para el que se realiza la oferta formativa en turismo es sin duda un aspecto esencial y punto de referencia en el diseño de la educación turística sin cuya consideración, los esfuerzos en materia de educación turística no serían eficaces.

La oferta formativa en los títulos de grado⁵ y postgrado en turismo, es sin duda una oportunidad para adecuar la formación turística a las necesidades del sector y de lograr un mayor acercamiento del ámbito académico universitario a las instituciones públicas turísticas y a las empresas del sector para establecer sinergias y mejorar el capital humano⁶ y la investigación en turismo.

Algunas de las medidas a adoptar para la mejora de la educación-formación en turismo se presentan en la tabla 3.

El objetivo último de las líneas de actuación es el logro de un incremento de la calidad del capital humano en turismo, valorada por su empresariado y que permita el desarrollo de un sector sólido en nuestra economía con capacidad de competir en un mercado global.

En este sentido el EEES (espacio europeo de educación superior) plantea una clara apuesta por la adecuación de los estudios universitarios de turismo a las necesidades del sector. Así, la ANECA (Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación) en el Libro Blanco del Grado de Turismo (2004), analiza los perfiles profesionales turísticos y las competencias personales⁷ de los trabajadores del sector. Éstas han sido tenidas en cuenta en la elaboración de las titulaciones de Grado en Turismo ofertadas por las Universidades españolas implicadas en la formación turística.

Asimismo, como podemos observar en el gráfico 3 la oferta de Grado se completa con los postgrados en turismo, Masteres Oficiales y Doctorado⁸, que han supuesto un salto cualitativo en la formación superior turística en España. En suma, esta adaptación de

5 En este sentido López y García (1998) ya planteaban las ventajas que la formación integral de los titulados en turismo representan a la hora de acceder al mercado de trabajo.

6 Rodríguez *et al.* (2009) plantean que la creación del nuevo EEES (espacio europeo de educación superior) se pretende dar respuesta a las necesidades de formación de los estudiantes de turismo para afrontar el escenario de competitividad laboral actual, destacando la importancia de las competencias personales en el sector de turismo.

7 En el Libro Blanco del Grado de Turismo, ANECA (2004) se distinguen dos tipos de competencias personales, las competencias transversales (aquellas que todo profesional debe poseer) y las específicas (aquellas que de forma particular deben detentar los profesionales del sector de turismo).

8 En la web del Ministerio de Educación se puede consultar la amplia oferta existente de formación superior en turismo (grado y postgrado) en España.

Tabla 3
LÍNEAS DE ACTUACIÓN PARA LA MEJORA DEL CAPITAL HUMANO EN TURISMO

– Estudiar el mapa de la oferta formativa existente: reglada y no reglada, general o específica, universitaria, ocupacional, continua y de postgrado.
– Analizar la metodología existente para la calidad en educación y formación turísticas, así como los contenidos pedagógicos y curriculares. Prestando una especial atención a las necesidades de conocimientos tecnológicos en el sector.
– Revisar las estrategias a emprender en este sentido, desde su interrelación con las necesidades de los empresarios del sector. Así, acercar los perfiles académicos a las necesidades reales de los empresarios turísticos es un reto para la mejora de la competitividad en el sector turístico.
– Análisis de la incidencia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación a los procesos de enseñanza/aprendizaje en turismo.
– Fomentar el conocimiento por parte de los empresarios de la oferta educativa en turismo y las competencias profesionales que se ofertan al mercado laboral turístico.
– Facilitar al empresariado el acceso a programas de formación a medida y formación continua.
– Incentivar la realización de proyectos de investigación en turismo.
– Fomentar y mejorar dentro de las enseñanzas regladas en turismo las prácticas en empresas como aproximación a la formación específica en el puesto de trabajo.
– Conseguir que la educación en turismo transmita contenidos turísticos que permitan la incorporación de los egresados al mercado laboral de manera eficaz y su valoración por las empresas del sector.
Como <i>objetivo finalista</i> :
– El incremento del nivel de educación medio en el sector.

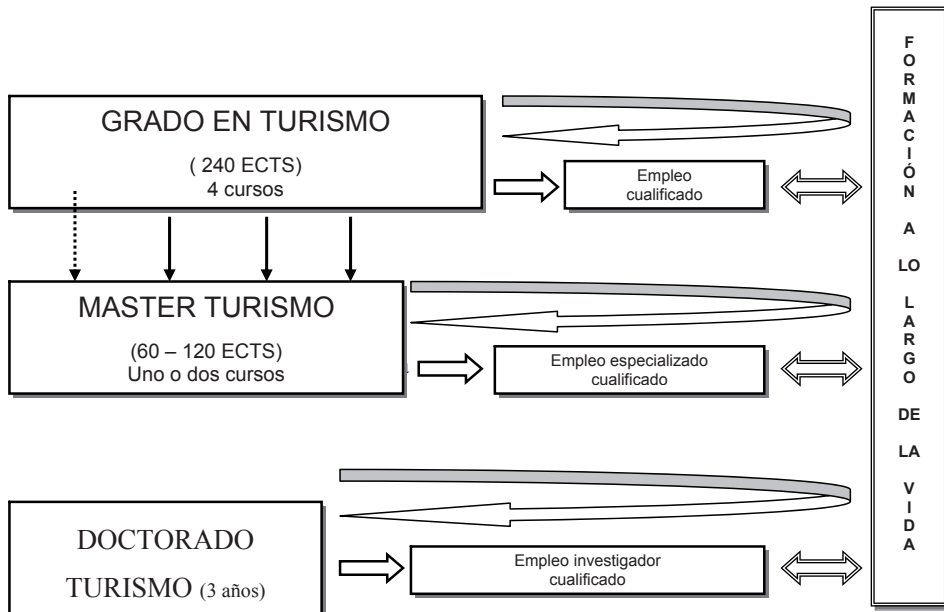
Fuente: Adaptado de Lillo *et. al.* (2006).

nuestras titulaciones en turismo al marco del Espacio Europeo de Educación Superior y el esfuerzo que ello ha supuesto, se verá muy probablemente recompensado por una oferta de egresados con una formación teórica y práctica que revierta en la valoración positiva de estos estudios y de este capital humano turístico.

4. CONCLUSIONES

La importancia estratégica del capital humano como capacidad distintiva, nos plantea la necesidad de reordenar el diseño de políticas de educación y formación en turismo que permitan como objetivo último incrementar el nivel educativo en el sector y lograr un capital humano de calidad.

Gráfico 3
LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA EN TURISMO EN ESPAÑA



Fuente: Elaboración propia

Esta necesidad de evolucionar hacia estrategias de una mayor proporción de trabajadores con nivel de estudios medios y superiores, en mi opinión tiene tres motivos principales, que no únicos: el primero, porque en términos globales la elevación del nivel medio de estudios supone una ganancia neta de capital humano que indudablemente favorece la competitividad del sector; el segundo, porque el incremento neto de capital humano mejora la capacidad de adaptación y flexibilidad en tareas necesaria para la mejora de los procesos, la gestión y la calidad de servicio en todos los niveles jerárquicos y el tercero, porque en un sector en el que cada vez más la capacidad de competir viene marcada por los intangibles, la potenciación de su capital humano medido en términos de educación adquiere una mayor relevancia.

No obstante, algunas opiniones se manifiestan críticas con la evolución de un número creciente de egresados universitarios en turismo, sin una salida clara hacia lo que denominamos un trabajo adecuado a su nivel educativo. Pero esto se produce no sólo en el sector de turismo sino en muchos otros (industria, servicios no turísticos). En clara consonancia con la teoría neoclásica, un incremento en los titulados (también los turísticos) supone un aumento en su oferta que a corto plazo no es absorbido por la demanda que existe en ese momento, una parte de los mismos deberán estar sobreeducados durante un tiempo, aceptando trabajos no acordes con su perfil profesional. Pero sin duda su posición en la cola de los puestos de trabajo será mucho mejor con esa formación que sin ella y mejor

cuanto mayor nivel educativo posea, pues el abanico de posibilidades es indudablemente mayor y su capacidad para “moverse” hacia puestos más “adecuados”, dentro de la misma empresa o en otra sin duda alguna también mejora.

Por eso es tan relevante el desarrollo de una política educativa especializada en turismo, en todas sus escalas de alcance, local, regional o nacional. Estableciendo así mismo sinergias con el tejido productivo (logrando una educación turística capaz de recoger las necesidades de formación demandadas por el entorno empresarial), diseñando competencias generales y específicas que tengan en cuenta tanto los perfiles profesionales como las capacidades a desarrollar definidas previamente para cada titulación de turismo a todos los niveles, ocupacional, secundaria (formación profesional) y universitaria (Grado; Master y/o Doctorado). Esta última, inmersa en su adaptación al EEES y que actualmente comienza a impartirse en las diferentes Universidades españolas implicadas en la docencia e investigación en turismo.

Asimismo, añadir que también es muy importante conseguir que los empresarios turísticos valoren, retribuyan y demanden un capital humano egresado en titulaciones de turismo al que consideren bien preparado.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, A.J.; FERNÁNDEZ, N. y MOLLÓN, M. (2002): *Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería*, Prentice Hall, Madrid.
- ANECA (2004): *Libro Blanco del Grado en Turismo*. Madrid.
- BECKER, G.S. (1964): *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, With special Reference to Education*, New York, National Bureau of Economic Research.
- BERICAT, E. (1999): “Tiempo de trabajo y tiempo de vida en el sector turístico” en Quesada, R., *Tiempo de trabajo: Empleo y calidad en la industria turística*. Málaga. Consejo Social de la Universidad de Málaga.
- CASADO, M.A. (1997): “Mexico’s 1989-94 Tourism Plan: implications of internal political and economic instability. *Journal of Travel Research*, 34,1, pp. 44-51.
- FERNÁNDEZ, J.L. (2004): “La calidad en turismo. Mercado de trabajo: Formación y Capital Humano”. *Mediterráneo Económico*, (5), pp.169-194. Instituto Cajamar.
- GUTIERREZ, S. y RUBIO, M. (2009): “El factor humano en los sistemas de gestión de calidad del servicio: Un cambio de cultura en las empresas turísticas”, *Cuadernos de Turismo*, 23, pp. 129-147.
- GRANT, R. M. (1991): *Contemporary strategy analysis: concepts, techniques, applications*. Blackwell Publishers. Cambridge. USA.
- JULIÁ, M., PORSCHE, F., JIMÉNEZ, V. y VERGE, X. (2004): *Gestión de calidad aplicada a hostelería y restauración*, Prentice Hall, Madrid.
- LILLO, A (2007): “Capital humano y rendimiento educativo en turismo”, en *Turismo en los espacios litorales: Sol, playa y turismo residencial*”, Editorial Tirant lo Blanch.
- LILLO, A. y RAMÓN, A.B. (2005): “Returns on education in Spanish tourism labour market”, *Tourism Economics*, 11 vol.1 pp. 119-132.
- LILLO, A.; RAMÓN, A.B. y SEVILLA, M. (2006): “Un marco de análisis del capital humano en turismo”, *Papers de Turisme*, 39, pp. 45-59.

- LILLO, A.; RAMÓN, A.B. y SEVILLA, M. (2007): “El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico”, *Cuadernos de Turismo*, 19, pp. 47-69.
- LÓPEZ, P y GARCÍA, J.A (1998): “Acceso laboral y formación turística”, *Cuadernos de Turismo*, 1, pp. 91-98.
- MARCHANTE, A.; ORTEGA, B. y PAGÁN, R. (2003): “Desajuste educativo y salarios: nueva evidencia para el caso español”, *Revista Asturiana de Economía*, 28, pp. 131-151.
- MARCHANTE, A.; ORTEGA, B. y PAGÁN, R. (2005): “Educational mismatch and wages in hospitality sector”, *Tourism Economics*, Marzo, 11,1, pp. 103-117.
- PEARCE, D. (1989): *Tourism Development*. Harlow. Longman.
- PEARCE, D. (1990): “Tourism in Ireland: questions of scale and organization. *Tourism Management*, 11(2), pp. 133-151.
- RODRÍGUEZ, J.M.; RUBIO, L.; ESTEBAN, C. y ALONSO, M. (2009): “La importancia del aprendizaje y la adquisición de competencias en el sector de turismo”, *Estudios Turísticos*, 179, pp. 41-66.
- VERA, F. e IVARS, J. (2001): La formación y la investigación turística en España: una visión de síntesis, *Papers de Turisme*, 29, pp. 7-27.