

Necesidades formativas del sector turístico

Resumen ejecutivo



Colección Estudios e Informes. Número 30

NECESIDADES FORMATIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO

INFORME

aprobado por el Pleno del Consejo de Trabajo, Económico y Social en la sesión extraordinaria del día 22 de octubre de 2012.



Consell de Treball,
Econòmic i Social
de Catalunya

Ponente

Elena Donate

Director

Xavier Riudor

Gestora

Marta Olivella

AutoresCristina Boada
Eva Miñarro
Marta Olivella
Xavier Riudor**Apoyo técnico para la elaboración de la encuesta, trabajo de campo y explotación de datos**

Block de Ideas–Institut DEP

Miembros del grupo de trabajo:Mercè Garau, Maria Dolors Giner, Jesús Lodeiro, Francesc Mozo, Antònia Pascual,
Francesc Santamaria i José Martín Vives**Expertos invitados en sesión de trabajo:**Iñaki Gorostiaga
Damià Serrano

Para la elaboración de la investigación cuantitativa, el CTESC ha contado con el apoyo económico del Departamento de Empresa y Ocupación de la Generalitat de Catalunya

Consejo de Trabajo, Económico y Social de Catalunya

Barcelona, 2012



Los contenidos de esta obra están sujetos a una licencia Creative Commons del tipo reconocimiento de autoría, usos no comerciales y sin obra derivada. Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública siempre que se cite el autor o autores y el editor y no se haga un uso comercial de la obra original ni se creen obras derivadas. Pueden consultar un resumen de los términos de la licencia en:

© Generalitat de Catalunya
Consejo de Trabajo, Económico y Social de Catalunya
Diputació, 284
08009 Barcelona
Tel. 93 270 17 80
Dirección en Internet: ctesc.gencat.cat

C/e: ctesc@gencat.cat

Imágenes:

http://www.flickr.com/llorenc_roviras/
<http://www.flickr.com/noii/>
<http://www.flickr.com/carol1980/>
http://www.flickr.com/francesc_2000/

Barcelona, octubre de 2012

Resumen ejecutivo

1. Introducción y metodología

1.1. Planteamiento del estudio

El presente estudio se enmarca en los trabajos de renovación del Plan estratégico de turismo de Catalunya 2005-2010 y responde a la petición del Departamento de Empresa y Empleo de analizar la importancia de la formación en el sector turístico, centrándose en la perspectiva de la demanda de formación por parte de las empresas del sector.

Para delimitar el ámbito material de estudio, es decir, qué entendemos por "sector turístico", se parte de la aplicación de la definición de turismo de la Organización Mundial del Turismo en el informe *Estimación del PIB turístico para Cataluña, marcas y comarcas 2005-2008*, y que conlleva incluir únicamente las actividades conocidas como específicas del turismo, es decir, aquellas que sin la demanda turística quedarían típica y sensiblemente disminuidas: alojamiento y restauración, transportes (marítimo y terrestre), agencias de viajes, y ocio y entretenimiento.

Así pues, el objetivo del estudio es llevar a cabo un análisis del valor que otorgan las empresas turísticas a la formación de que disponen las personas que trabajan en este sector, que comprende las actividades de restauración, alojamiento, transporte, intermediación turística y actividades de ocio y entretenimiento.

1.2. Metodología

La metodología seguida para elaborar los capítulos de este estudio, construida sobre la base de las técnicas de investigación social, se estructura en varios niveles y varía en función del apartado del estudio.

El capítulo 2, «Mapa de las ocupaciones del sector turístico», se ha elaborado a partir del análisis de los datos estadísticos existentes (apartado primero) y a partir de la gestión documental de la bibliografía existente y la *Clasificación Catalana de Ocupaciones*, aprobada en 2011 (apartado segundo, que contiene propiamente el mapa de las ocupaciones).

El capítulo 3, «Análisis de la oferta formativa en el ámbito del turismo», presenta una aproximación a la oferta formativa del sector turístico para el curso 2010-2011 a partir de la investigación en las páginas web de las diferentes instituciones educativas y del pedido de datos específico cursado al Servicio de Empleo de Catalunya (SOC) con respecto a la formación profesional para el empleo.

El capítulo 4, titulado «Demanda de formación de las empresas del sector turístico», analiza los resultados de la encuesta realizada *ad hoc* para el informe con el fin de conocer el valor y la demanda de formación por lo que respecta a las empresas turísticas. La encuesta se ha llevado a cabo por teléfono, asistida por ordenador, a una muestra representativa de responsables de formación de empresas que dependen económicamente del turismo. Para hacer el análisis estadístico e interpretar los

resultados, la muestra se ha ponderado en función del peso real que tiene cada sector turístico y cada dimensión de empresa.¹

El capítulo 5, «Aproximación al encaje entre la oferta y la demanda formativa», responde a la fusión de la información contenida en los capítulos 3 y 4 del presente Informe, mientras que el último capítulo, «Consideraciones y recomendaciones», recoge las aportaciones finales de los miembros del Consejo de Trabajo, Económico y Social de Catalunya.

Por otra parte, el informe en general y sobre todo el último capítulo se han complementado con las reflexiones derivadas del debate que tuvo lugar en una sesión de trabajo con expertos en el ámbito de la formación en el sector del turismo, miembros del CTESC, representantes del Departamento de Empresa y Empleo, del SOC y del Instituto DEP, organizada con el fin de debatir sobre el encaje de la oferta formativa con las necesidades requeridas por las empresas.

1.3. El turismo en Catalunya

El turismo en Catalunya es uno de los principales motores de la economía catalana, ya que en el año 2011 representa el 11,1% del PIB catalán y el 11,6% de las personas ocupadas en Catalunya. En este sentido, se ha constituido como el primer destino nacional, receptor de turismo extranjero y de pernoctaciones del Estado español.

A pesar de la crisis económica, el año 2011 se caracteriza, al igual que el 2010, por la recuperación del sector turístico, dado que la mayoría de indicadores registran crecimientos respecto al año anterior. Esta evolución positiva en un contexto de inestabilidad financiera y desempleo elevado, puede parecer paradójica, pero refleja cómo el turismo se ha convertido en una necesidad esencial en los países industrializados, sobre todo en el caso de los turistas que viajan por ocio.

Por otra parte, y desde una perspectiva de futuro, hay que tener en cuenta algunos factores que tienen una clara influencia en la evolución del modelo turístico, como la demografía y los efectos del aumento de la esperanza de vida de la población, los cambios en el estilo de vida de la sociedad, tanto en lo referente a las unidades familiares y las demandas de los consumidores como en el mayor interés por la salud; la entrada de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la gestión y autoorganización de los viajes, la necesidad de garantizar un desarrollo sostenible de los recursos, la influencia geopolítica en la demanda de los destinos, el impacto en el sector de la normativa, ya sea específica o transversal (como la prohibición de fumar), y la coyuntura económica internacional, dado que el turismo es sensible a la evolución de los precios de la energía, la política financiera y económica de los estados y la demanda procedente de economías emergentes, como la rusa y la china, entre otras.

2. Mapa de las ocupaciones del sector turístico

2.1. Características del empleo

La población ocupada en el sector turístico en Catalunya es especialmente relevante, dado que en el año 2011 representa el 16,1% de la población ocupada en el sector servicios y el 11,6% del total de personas ocupadas en Catalunya.

¹ Véase el apartado 4.1, «Metodología», del capítulo 4, «Demanda de formación de las empresas del sector turístico».

En general, el sector se caracteriza por la diversidad, la complejidad y la fragmentación de las relaciones laborales, ya que incluye un abanico muy amplio de empleos, vinculados tanto directa como indirectamente con el turismo. La mayoría de las actividades turísticas tienen un componente estacional, concentrado básicamente en el segundo y tercer trimestre del año, lo que supone que muchas de las relaciones laborales sean temporales y precisen de formas laborales flexibles, no sólo en términos de estacionalidad anual, sino también dentro de espacios más cortos, como la semana o incluso el día. Esta flexibilidad está ligada con las condiciones de trabajo, caracterizadas por horarios de trabajo frecuentemente irregulares, turnos discontinuos, de fin de semana, nocturnos o en periodos vacacionales.

Esta situación hace que, a menudo, el sector sea percibido como poco estable desde el punto de vista laboral, lo que puede dificultar la atracción de talento por parte de las empresas turísticas, así como desincentivar la inversión de recursos en formación.

Los datos estadísticos analizados confirman estas consideraciones.² El año 2011 la población ocupada es el 88,5% de la población activa del sector turístico, siendo la mayoría asalariados, el 78,9%, y el 21,1% restante, autónomos. Los datos de afiliación a la Seguridad Social reflejan una distribución similar: el régimen general concentra el 71,2% de la afiliación del sector y el régimen especial de trabajadores autónomos, el 28,8% restante.

La estacionalidad del sector se refleja en la temporalidad de los contratos de las personas asalariadas: el 27,2% de media (el 12,1% más que en 2010), si bien en el tercer trimestre del año ésta es superior (30,7%). Asimismo, la temporalidad del sector turístico es superior a la tasa de temporalidad media de Catalunya, que ha sido del 20,1% en 2011.

La estacionalidad también se refleja en la tasa de paro del sector: ha sido el 11,5% de media en el año 2011, el 9,7% menos que el año anterior (cuando fue del 12,9% de media). Sin embargo, la tasa de paro del sector turístico es superior a la tasa de paro del sector servicios (8,7%), pero claramente inferior a la total (19,2%).

En cuanto al nivel de formación no se dispone de datos desagregados a nivel de Catalunya. A nivel estatal, el 61,7% de la población activa del sector dispone de estudios secundarios, el 24,1%, de estudios postsecundarios y el resto, el 14,1%, sólo dispone de estudios primarios.

2.2. Mapa de los empleos

El objetivo de este apartado es elaborar un mapa de empleos para reflejar de manera sencilla, pero completa, la constelación de empleos que se pueden identificar en el sector turístico y, a la vez, ser la herramienta a partir de la que se han detectado las necesidades formativas de las empresas del sector, principal objetivo de este estudio, que se analiza en el capítulo 4.

El punto de partida son las actividades que se han detallado en el capítulo 1 como

² Los datos se han extraído de la explotación de los datos referentes a Catalunya de la Encuesta de población activa (INE) que lleva a cabo el Instituto de Estudios Turísticos, organismo dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, así como de los datos de la Dirección General de Turismo, a partir de los datos de la Secretaría de Empleo y Relaciones Laborales en lo que respecta al análisis de los datos sobre los trabajadores del sector turístico afiliados a la Seguridad Social y la Encuesta de coyuntura laboral, elaborada por el Ministerio de Trabajo e Inmigración, en lo referente a los datos sobre jornada laboral.

incluidas en el "sector turístico" (alojamiento, restauración, transportes, intermediación turística y actividades de ocio y entretenimiento), si bien no todas las ocupaciones de las empresas y / u organizaciones que se dedican a estas actividades pueden ser calificadas de "turísticas", dado que algunas no tienen una relación directa con los clientes-turistas y otras, porque no son específicas de una empresa turística y pueden identificarse también en empresas de otros sectores.³

El mapa se ha construido a partir de la *Clasificación Catalana de Ocupaciones 2011* (CCO-2011) y se ha complementado con la información publicada por el Instituto Catalán de las Cualificaciones Profesionales (ICQP) relativa al sector analizado, así como otras fuentes documentales. Con esta información se han creado doce categorías ocupacionales, repartidas en tres áreas, más una categoría residual, para incluir aquellas ocupaciones no clasificadas en otras categorías (llamada "Otros").

TABLA-1. Mapa de los empleos del sector turístico, por área profesional

ÁREA	OCUPACIONES
Transversales	Dirección y gerencia de organizaciones turísticas
	Comercialización y marketing
	Mantenimiento y limpieza
Alojamiento y restauración	Chefs y cocineros/as
	Maîtres y camareros/as
	Auxiliares de cocina y sala
	Recepción
Intermediación y acompañamiento turístico	Animación turística
	Guía turística
	Agentes de intermediación
	Organización de actos
	Asistencia turística

Fuente: elaboración propia.

3. Análisis de la oferta formativa en el ámbito del turismo

En este apartado se describe la oferta formativa existente en Catalunya relacionada específicamente con las ocupaciones y actividades del sector turístico, unas acciones formativas que generalmente se etiquetan en el subsector "hostelería y turismo", y que incluyen las actividades de restauración, intermediación turística y organización de actos. Por tanto, no se han analizado las acciones formativas de carácter más transversal, pero que también pueden ir dirigidas a los profesionales del sector, como la dirección y gerencia o los idiomas, a no ser que estuvieran configuradas como específicas para el sector.

El ámbito temporal de análisis ha sido el curso 2010-2011, con alguna referencia al curso 2011-2012, fruto de la constante evolución de la oferta formativa.

Dado que la oferta formativa es compleja y variada, el análisis se estructura en torno a cuatro categorías formativas que la siguiente tabla resume.

³ La excepción es el personal de mantenimiento y limpieza. Si bien su tarea es necesaria en prácticamente todas las empresas, y, por tanto, habría que excluirlos, en el sector turístico tienen una importancia fundamental (sobre todo de alojamiento y de restauración), considerando que condicionan en gran medida la experiencia del cliente-turista y su percepción de la calidad del servicio utilizado.

TABLA-2. Categorías formativas utilizadas en el análisis de la oferta formativa

Formación universitaria	Grados
	Másters universitarios oficiales y doctorados
	Cursos de extensión universitaria
Formación profesional reglada	Programas de cualificación profesional inicial
	Ciclos formativos de grado medio
	Ciclos formativos de grado superior ¹
Formación profesional para el empleo	Formación de oferta
	Formación de demanda
Otras acciones formativas	Cursos no incluidos en las categorías formativas anteriores

(1) Hay que tener en cuenta que los CFGS integran la educación superior, junto con las enseñanzas universitarias, si bien aquí se clasifican conjuntamente con los CFGM.

Fuente: elaboración propia.

Cierra el apartado una reflexión contenida en la última edición del informe MoniTUR sobre la oferta formativa del sector en Catalunya, que coincide con las conclusiones que se obtienen en capítulos posteriores: si bien Catalunya dispone de un buen sistema educativo de base combinado con universidades y escuelas de negocio reconocidas, el sector empresarial (a excepción de las empresas de la restauración) no ha explotado en toda su dimensión estos recursos educativos.

3.1. Formación universitaria

Grados

Los grados oficiales en Turismo y relacionados se estructuran en 240 créditos ECTS (que equivalen a 6.000 horas) y se asignan a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas, dado su contenido marcadamente pluridisciplinar.

El curso 2010-2011 las universidades catalanas ofrecieron once grados en Turismo y seis grados relacionados con el sector, tres de ellos orientados a la dirección hotelera, dos en la relación entre el turismo y el ocio y un sobre ordenación del territorio. Esta oferta se concentra en las comarcas cercanas a Barcelona y dirigida principalmente a las categorías ocupacionales que requieren un mayor nivel de cualificación (dirección y gerencia de organizaciones turísticas, comercialización y marketing, agentes de intermediación y organización de actos).

Los planes de estudios analizados prevén la realización de prácticas (la mayoría en empresas y/o instituciones externas del sector turístico) y de duración variable (entre 12 y 30 créditos ECTS), así como el aprendizaje de lenguas extranjeras, ya sea mediante asignaturas (obligatorias y/o optativas) o bien impartiendo la docencia íntegramente en una lengua extranjera (el inglés).

Másters universitarios oficiales y doctorados

El curso 2010-2011 se ofrecieron once másters universitarios y dos doctorados, contando la mayoría de los másters con 60 créditos ECTS (que equivalen a 1.500 horas). A diferencia de los grados, esta oferta no se distribuye de manera tan cercana a la capital catalana, pero, al igual que éstos, va dirigida a las categorías ocupacionales que demandan un mayor nivel de calificaciones y al tratarse de formación universitaria de segundo y tercer ciclo, están enfocados a proporcionar una

cualificación de alto nivel y unas competencias más específicas. En este sentido, cinco de los once másters analizados se estructuran en itinerarios formativos para lograr esta especialización.

También al igual que los grados, los másters universitarios prevén la realización de prácticas (de menor duración que en los grados) y un trabajo de fin de máster. A diferencia de los grados, no se prevé el aprendizaje específico de lenguas extranjeras, dado que es un conocimiento que se le presupone al alumno.

Cursos de extensión universitaria

Bajo esta categoría se han analizado las titulaciones que ofrecen las universidades catalanas que exigían como requisito de acceso tener una titulación universitaria, pero no se consideran las enseñanzas universitarias oficiales. Estas acciones formativas varían significativamente entre ellas, tanto en lo referente a la duración como a la temática. La duración de estos cursos oscila entre los 30 y los 60 créditos ECTS (por tanto, entre 750 y 1.500 horas), dado que, si bien se tratan de títulos propios, la organización y la estructura de la mayoría de ellos siguen los criterios oficiales.

Dada la distribución territorial de estas titulaciones, se puede afirmar que si bien, al igual que en el caso de los grados y los másters universitarios, muchos de ellos se ofrecen en centros universitarios de la capital catalana o cercanos a ella, es también significativo el número de cursos impartidos a distancia o en línea, lo que facilita el acceso a personas del resto del territorio catalán.

De nuevo, las categorías ocupacionales que requieren un mayor nivel formativo son las principales destinatarias de estas acciones y algunas de ellas también se estructuran en itinerarios, con el fin de proporcionar una formación más especializada, o bien prevén la posibilidad de cursar de manera independiente determinadas asignaturas que integran titulaciones preestablecidas.

Al igual que los másters universitarios oficiales, los planes de estudio analizados prevén la realización de prácticas y un trabajo de fin de máster. Tampoco se prevé el aprendizaje específico de lenguas extranjeras, dado que es un conocimiento que se le presupone al alumno.

3.2. Formación profesional reglada

La formación profesional (FP) reglada forma parte del sistema educativo y por tanto su estructura y finalidad últimas van ligadas al desarrollo del alumno tanto desde una perspectiva profesional como personal y social, si bien es la rama de la enseñanza reglada con una mayor vocación profesionalizadora.

El curso 2010-2011 la oferta formativa de FP relacionada con el sector turístico⁴ incluyó cuatro PQPI, cinco CFGM y seis CFGS. Hay que tener en cuenta que el curso 2011-2012 esta oferta se amplía con dos titulaciones más de grado superior (Dirección de cocina y Dirección de servicios de restauración), mientras que el ciclo Restauración (también de grado superior) se declara a extinguir. De cara al curso 2012-2013 también se prevé la implantación de nuevas titulaciones.

⁴ A diferencia del análisis de la formación universitaria, se han analizado las titulaciones clasificadas tanto en la familia profesional de hostelería y turismo como las que están directamente relacionadas y que pertenecen a otras familias profesionales (industrias alimentarias y/o actividades físicas y deportivas).

Desde un punto de vista territorial, la oferta se concentra en las comarcas cercanas a Barcelona, si bien hay que tener en cuenta que estas concentran un mayor porcentaje de la población catalana.

Los estudios analizados están vinculados a algunas categorías ocupacionales concurrentes con las de la oferta formativa universitaria (los agentes de intermediación, la organización de actos i la guía turística)⁵ y que, por tanto, pueden dar lugar a ciertos solapamientos, pero también con otros que no se han mencionado en el apartado anterior: chefs y cocineros/as, maîtres y camareros/as; auxiliares de sala y cocina; mantenimiento y limpieza; animación turística, y asistencia turística.

La duración de la FP varía en función del nivel: los PCPI generalmente duran un curso académico (860-890 horas), mientras que la mayoría de los CFGM y CFGS duran dos cursos académicos y suponen la realización de entre 1.800 y 2.000 horas.

Los planes de estudio analizados de los CFGM y los CFGS prevén la realización de un periodo de prácticas en empresas y de aprendizaje específico de lenguas extranjeras.

3.3. Formación profesional para el empleo

La finalidad de la FP para el empleo es adecuarse a las necesidades tanto de las empresas como de los trabajadores ocupados y desocupados, partiendo de la importancia de la formación a lo largo de la vida y de la concepción de la formación como un elemento clave para la productividad y la competitividad de las empresas.

En cuanto a la **formación de oferta dirigida prioritariamente a personas trabajadoras en situación de desempleo**, según los datos facilitados por el SOC, en el año 2010 las acciones formativas de oferta de la familia profesional de hostelería y turismo recibieron el 4,37% del total previsto por el SOC (100,45 millones de euros), cifra inferior al 20,4% del total que se asignó a la familia de administración y gestión o del 12,1% de sanidad.

En el año 2010 se realizaron 567 acciones formativas de oferta estructuradas en 22 cursos, correspondiendo las tres cuartas partes al área del alojamiento y la restauración (428 acciones formativas) y el resto, al acompañamiento y la intermediación turística (139). Más de la mitad de las acciones formativas analizadas se ha realizado en la zona de Barcelona y comarcas próximas, si bien hay que tener en cuenta las acciones formativas en línea del Programa e-formación (UOC-SOC).

Predominan las acciones formativas enfocadas a las categorías ocupacionales que requieren una cualificación menor (auxiliares de cocina y sala, cocineros/as y camareros/as), si bien hay oferta asociada a todas las categorías ocupacionales excepto la dirección y gerencia y la comercialización y el marketing.

Las acciones formativas realizadas tienen una duración media de 109,1 horas, pese a existir una cierta disparidad en la duración de los cursos en función del programa.

Por otra parte, en el año 2010 se han realizado 72 cursos diferentes de **formación de oferta dirigida prioritariamente a personas trabajadoras ocupadas** y gestionada

⁵ Hay que añadir que también se han de tener en cuenta los dos nuevos ciclos implementados el curso 2011-2012 (Dirección de cocina y Dirección de servicios de restauración), que están dirigidos a la categoría de dirección y gerencia de organizaciones turísticas.

por el Consorcio para la Formación Continua de Catalunya. Casi la mitad de estos cursos se han impartido en las comarcas cercanas a Barcelona.

Al igual que las acciones formativas de oferta dirigidas prioritariamente a personas trabajadoras en situación de desempleo, las dirigidas a personas trabajadoras ocupadas van enfocadas a los empleos que demandan menor nivel formativo (todas ellas del área de alojamiento y restauración): chefs y cocineros/as (el 59,7% de las acciones analizadas), maîtres y camareros/as (el 15,3%) y auxiliares de cocina y sala (12,5%).

La formación profesional para el empleo incluye también la **formación de demanda** que tiene por finalidad responder a las necesidades específicas de formación planteadas por las empresas y sus trabajadores. La información disponible es escasa,⁶ pero permite constatar el predominio casi absoluto de la formación en el área del alojamiento y la restauración (con el 96,6% de las empresas y el 97,4% de los participantes), siendo residual el peso de la de intermediación y el acompañamiento turístico. Igualmente, destaca el peso del área de restauración, con el 80,5% de las empresas formadoras y el 73,9% de los participantes formados.

Por otro lado, destaca la poca participación del personal directivo (son el 3,1% del total) y técnico (6,9%).

3.4. Otras acciones formativas

Se incluyen en esta categoría todas aquellas acciones formativas organizadas o impartidas por centros de formación de todo tipo que ofrecen formación en algún ámbito relacionado con el sector turístico. Se han excluido las acciones formativas de temática transversal, como el aprendizaje de lenguas extranjeras, que si bien tiene una importancia capital en el sector, ampliaba en exceso el objeto de estudio.⁷

La oferta analizada comprende 166 cursos, también en su mayoría ofrecidos en la capital catalana y las comarcas cercanas. Destaca el aparentemente escaso número de acciones formativas en línea identificadas (18), lo que probablemente explica por la importancia de la formación presencial y "experencial" en el sector del turismo, lo que dificulta la enseñanza a distancia y/o en línea.

En cuanto a las categorías ocupacionales vinculadas a las diferentes acciones formativas destaca la categoría de chefs y cocineros/as, que concentra 51 cursos, seguida a distancia de la de maîtres y camareros/as (29 cursos), comercialización y marketing (24) y dirección y gerencia de organizaciones turísticas (21).

A diferencia de las acciones formativas analizadas anteriormente, cabe destacar el elevado número de acciones formativas que se asocian a la categoría ocupacional de comercialización y marketing, lo que contribuye a presentarla como una categoría con una importante proyección y demanda por parte de las empresas, en línea con las conclusiones de otros informes y estudios de tendencia.

Las competencias que se desarrollan en estas acciones formativas son concretas y

⁶ Datos publicados en la página web de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo.

⁷ Tanto los centros universitarios, los centros de educación secundaria, como una amplia gama de centros de formación ofrecen diferentes cursos de idiomas (desde los más tradicionalmente estudiados como el inglés, el francés o el alemán) a otros enfocados en las nuevas economías emergentes (y, por tanto, con clientes potenciales del sector turístico catalán), como el ruso y el chino, entre muchos otros. Estos cursos se ofrecen a lo largo del territorio, en una importante variedad de modalidades (presencial, semipresencial, en línea) y focalizados en muchos aspectos diferentes.

responden a necesidades puntuales de los trabajadores y las empresas. Su duración menor (desde dos hasta 300 horas) las puede configurar como cursos de especialización altamente adaptados a las demandas del mercado de trabajo.

Fruto de esta mayor permeabilidad a las demandas de las empresas y por su carácter residual (por definición con las demás categorías formativas utilizadas en el estudio), las "otras acciones formativas" incluyen también la formación enfocada a otras ocupaciones emergentes del sector, como la de experto en desarrollo turístico o los arquitectos y diseñadores de hoteles.

4. Demanda de formación de las empresas del sector turístico

El objetivo de este apartado es analizar las necesidades formativas de las empresas del sector turístico, y en concreto, observar las diferencias existentes por subsectores, tamaño de la empresa y zona turística. Como se ha comentado anteriormente, para alcanzar este objetivo, se ha llevado a cabo una encuesta dirigida a las empresas del sector. La muestra, representativa del sector turístico, ha consistido en 430 entrevistas válidas. Las personas entrevistadas han sido directores o gerentes, propietarios o responsables de recursos humanos y formación.

4.1. Planificación de la formación

En general, el sector turístico invierte poco en formación; una de cada tres empresas turísticas no ha hecho ni hará formación, porcentaje que se eleva entre las empresas del transporte turístico y restauración.

La mayoría de las empresas opinan que la responsabilidad de planificar la formación debe ser compartida entre la empresa y el personal, sobre todo las medianas y grandes empresas y el sector de la intermediación turística, que es el que ha hecho y prevé hacer más formación. Sin embargo, la formación ha sido organizada mayoritariamente por iniciativa de la empresa, especialmente en la microempresa y en la restauración. En general, las prioridades de formación se concentran en los ámbitos de las lenguas extranjeras, la cocina y relacionados, los viajes, la cultura y los museos, y las competencias en informática y nuevas tecnologías.

4.2. Preferencias de formación

Las empresas turísticas prefieren hacer la formación en la propia empresa, sobre todo las de restauración. La formación en un centro externo es la escogida por el sector del alojamiento. La modalidad de formación preferida es la presencial, especialmente en los sectores del transporte turístico y del alojamiento, y en el litoral, pero muchas empresas del interior rural optan por un modelo mixto que combine la formación presencial y a distancia.

Las temporadas preferidas de inicio de la formación son la de invierno (enero, febrero y marzo), especialmente en el alojamiento y la restauración, y la de otoño (octubre, noviembre y diciembre) en la intermediación turística, con los meses de enero y noviembre a la cabeza. Los obstáculos principales para organizar la formación son la falta de tiempo en la microempresa, la dificultad para compaginar horarios en el resto de empresas, y los desplazamientos en lo que respecta al interior rural.

4.3. Valoración de la formación

La importancia que la formación tiene para la competitividad de la empresa es esencial y notable, 8,2 de media en una escala de 0 a 10. Las empresas medianas y grandes, el sector de la intermediación turística y la ciudad de Barcelona elevan esta puntuación al 8,7 o más.

4.4. Valoración de la oferta formativa

Las empresas del sector turístico están bastante satisfechas con la oferta formativa, el 6,5 de media en una escala de 0 a 10, sobre todo con la universitaria y la formación profesional que es la que más conocen. La mitad de las empresas la encuentran adecuada a las necesidades, excepto las empresas medianas y grandes, las de la intermediación turística y del área de Barcelona que la consideran escasa, sobre todo en cuanto a la oferta más especializada para cubrir necesidades concretas. También hay un porcentaje significativo de empresas que la valora como excesivamente académica, repetitiva y poco práctica.

Los ámbitos en que se echa de menos la oferta formativa son el de las lenguas extranjeras, destinos y relacionados, y atención al cliente en la microempresa. Por otro lado, sólo una cuarta parte de las empresas conocen y citan un centro de formación de referencia.

4.5. Propuestas para mejorar la formación en el ámbito del turismo

El incremento de la oferta formativa, de las prácticas durante la formación, y de la calidad y profesionalidad de la misma, especialmente en las microempresas del alojamiento y la restauración, son las posibles mejoras en el ámbito de la formación turística expresadas por las personas entrevistadas.

Para terminar, según las personas entrevistadas, las ocupaciones con mayor potencial de crecimiento son las relacionadas con la cocina, el turismo doméstico y local, el turismo rural y camping, y el turismo mediante las TIC, Internet y nuevas tecnologías, así como los asesores en viajes y actividades personalizadas. Sin embargo, hay que decir que el 53% de la muestra no ha respondido esta pregunta.

5. Aproximación al encaje entre la oferta y la demanda formativa

En este capítulo se ha comparado la oferta formativa con la demanda de formación por parte de las empresas y el encaje entre ambas. Para realizar este análisis se han tenido en cuenta, por una parte, las diferencias de tamaño, sector y territorio entre las empresas y, por otra, las diferencias entre las diversas categorías de empleos.

Aparte de los apartados que se resumen a continuación, el capítulo 5 incluye las doce fichas de los empleos del sector turístico, elaboradas con toda la información que el estudio contiene. Estas fichas agrupan en una sola categoría los empleos de una familia, es decir, los empleos que comparten funciones, competencias, oferta formativa

o características similares. Las fichas de empleos se han distribuido en tres áreas en coherencia con el mapa de los empleos del sector turístico de esta investigación: transversal, alojamiento y restauración, intermediación y acompañamiento turístico.

5.1. Análisis por categoría ocupacional

En general, el nivel mínimo de estudios que las empresas exigen a las personas que ocupan o han de ocupar puestos de trabajo "turísticos", tal como el estudio los define, es bajo (ningún estudio, primaria, secundaria o ciclos formativos de grado medio). Las empresas del sector turístico consideran que para ejercer la profesión, la experiencia es más importante que la formación. Sin embargo, a la hora de seleccionar a los profesionales de las diversas ocupaciones turísticas, la formación se considera, en general, bastante importante.

Por un lado, las ocupaciones en las que los requisitos de formación son más altos (bachillerato, ciclos formativos de grado superior o estudios universitarios), en que la formación tiene valor y se tiene en cuenta en los procesos de selección de personal son las del área de intermediación y acompañamiento turístico, como por ejemplo, los empleos de las categorías de agentes de intermediación (empleados de agencias de viajes y agentes de compraventa telemática), asistencia turística (auxiliares de vuelo, camareros de avión, barco y tren, y azafatas de tierra), y guía turístico (empleados de información al usuario en oficinas de turismo o similar, acompañantes turísticos, y guías de turismo).

Las ocupaciones del área de intermediación y acompañamiento turístico tienen el índice de satisfacción con la oferta formativa más bajo -la proporción de acciones formativas no regladas es baja, ya que hay pocas acciones formativas clasificadas como "otras acciones formativas", que en general suelen ser acciones más específicas y flexibles en cuanto a los contenidos y la duración- y, en general, en las ocupaciones de esta área se detectan más carencias de formación.

La oferta de formación destinada a los empleos del área de intermediación y acompañamiento turístico es en general conocida, sobre todo la oferta de formación profesional, dado que se trata de una formación muy específica, pero también la universitaria de grado, que complementa su transversalidad con la especialización que proporcionan los másters oficiales y los cursos de extensión universitaria. El área de intermediación y acompañamiento turístico es la excepción por el desconocimiento de la oferta formativa destinada a los agentes de intermediación y al personal de organización de eventos (organizadores de conferencias y eventos).

Aunque el déficit de competencias de las ocupaciones del área de intermediación y acompañamiento turístico es el más bajo de todos, los empleos de la categoría de guías turísticos y agentes de intermediación son los más difíciles de cubrir por falta de formación y profesionales.

Por otra parte, las ocupaciones en las que el nivel mínimo de estudios requeridos es bajo (ningún estudio, primaria, secundaria, ciclo formativo de grado medio) y la formación tiene menos valor son las del área de alojamiento y restauración. En los procesos de selección de las ocupaciones de estas categorías la experiencia es un valor, y no la formación, sobre todo en las categorías de auxiliar de cocina y sala (ayudantes de cocina, pinches, ayudantes de repostería, limpiador de platos y preparadores de comida rápida), y maîtres y camareros/as (maîtres y sumilleres, camareros/as propietarios de bares y cafeterías, camareros/as asalariados).

Sin embargo, la formación se considera importante en los empleos de la categoría de chefs y cocineros/as, que son las más difíciles de cubrir por falta de profesionales y formación.

La oferta formativa destinada a los empleos del área de alojamiento y restauración se conoce bastante. Una gran parte de las acciones formativas analizadas van dirigidas a las ocupaciones de esta área.

En general, el índice de satisfacción con la oferta formativa destinada a los empleos de esta área es elevado y no se detectan necesidades de formación, excepto la categoría de auxiliares de cocina y sala en la que se observan déficits importantes de habilidades, conocimientos y actitudes. Sin embargo, el déficit de competencias más alto para desarrollar de manera idónea las tareas propias de la categoría ocupacional se observa en el área de alojamiento y restauración, concretamente en las categorías ocupacionales de auxiliares de cocina y sala, y chefs y cocineros/as. Hay que tener en cuenta que la formación no siempre puede suplir las carencias detectadas en las competencias genéricas, dado que se refieren a habilidades y/o aptitudes en las que la formación no tiene incidencia.

También se detectan déficits competenciales en las ocupaciones del área transversal - dirección y gerencia, comercialización y marketing, y personal de mantenimiento y limpieza- sobre todo en las de la categoría de comercialización y marketing,⁸ posiblemente por la falta de oferta específica, la necesidad de potenciar el turismo en línea, la tecnología, la imagen y la marca de empresa, así como la adaptación a mercados nuevos.

Hay que tener en cuenta que las empresas requieren un nivel de estudios alto para las categorías de dirección y gerencia⁹ y comercialización y marketing. Pese a ello las carencias formativas en la categoría ocupacional de dirección y gerencia son destacables.

5.2. Apuntes para una oferta formativa adaptada a las necesidades de las empresas del sector turístico

Los déficits en competencias genéricas más grandes, es decir, en habilidades, conocimientos y actitudes que las personas deben tener para desarrollar las tareas propias de la categoría ocupacional, se observan en las categorías del área transversal-dirección y gerencia, comercialización y marketing, y mantenimiento y limpieza- posiblemente por falta de oferta específica, pero también en la categoría de auxiliar de cocina y sala.

Hay que tener en cuenta que en las ocupaciones relacionadas con la dirección y gerencia y la comercialización y marketing se detectan necesidades de formación, sobre todo en la microempresa, relacionadas con las lenguas extranjeras, aunque todos los estudios de grado incluyen asignaturas obligatorias y/o optativas de idiomas. Por otra parte, se pide especialización de la oferta de formación destinada a la categoría de dirección y gerencia, y más oferta relacionada con las aplicaciones

⁸ Profesionales de la publicidad y la comercialización, como los constructores de marca, los gestores estratégicos de ventas, los gestores de canales web y mediáticos o de comunidades en línea y redes sociales.

⁹ Directores y gerentes de hoteles, otras empresas de servicios de alojamiento, restaurantes, bares, cafeterías y similares, empresas de servicios (de comidas) y otras empresas de restauración, empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas, empresas de servicios y trabajadores propietarios de pequeños alojamientos.

informáticas, la búsqueda de información y las comunidades en línea destinada a las ocupaciones incluidas en la categoría de comercialización y marketing.

Destacan los déficits en competencias relacionadas con los idiomas, la gestión de conflictos y resolución de problemas, la iniciativa y creatividad, y la planificación, la organización y el control.

En cuanto a las competencias específicas, o capacidades que deben tener las personas para hacer el trabajo de la categoría ocupacional de manera idónea, el área de alojamiento y restauración es la que presenta la falta de efectividad, profesionalidad y calidad de servicio más importantes.

Así, en las categorías de auxiliares de cocina y sala y chefs y cocineros/as (jefes de cocina, cocineros propietarios de restaurantes y cocineros asalariados) se observan déficits importantes relacionados con factores de competitividad como la profesionalidad, la calidad del servicio, la atención al cliente, y el dominio de idiomas extranjeros. Hay que tener en cuenta que las ocupaciones relacionadas con la cocina tienen potencial de crecimiento.

Desde sectores como el alojamiento, la intermediación turística y las actividades de ocio y organización de actos se pide que la oferta de formación sea más innovadora, flexible y práctica.

Para terminar, hay que tener en cuenta algunos obstáculos a la hora de organizar la formación destinada a la microempresa y al sector del alojamiento, la restauración y las actividades de ocio y organización de actos que tienen que ver con la falta de tiempo para formarse, la dificultad de compaginar los horarios de formación con los laborales, y los desplazamientos en las empresas del interior rural.

6. Consideraciones y recomendaciones

Contexto

Con una sólida y larga trayectoria como destino turístico, en los últimos años Catalunya se ha consolidado como un referente turístico internacional de primer orden. Según los datos del Observatorio de Empresa y Empleo (2011), Catalunya es uno de los principales destinos turísticos líderes a escala mundial y europea, así como del Estado español.

Al mismo tiempo, el turismo es uno de los principales motores de la economía catalana, al representar el año 2011 el 11,1% del PIB catalán y ocupar el 11,6% del total de personas ocupadas en Catalunya. En el actual contexto de pérdida de empleo y crisis económica es significativo que estos porcentajes se incrementen con respecto al año anterior (fueron del 11% en ambos casos), lo que contribuye a presentar el sector como un polo de crecimiento.

Sin embargo, el sector se caracteriza por la diversidad, la complejidad y la fragmentación de las relaciones laborales, combinada con una demanda de condiciones de trabajo flexibles (jornada, tiempo de trabajo, estacionalidad, etc.). Esta situación conlleva que a veces se perciba como un sector poco estable desde el punto de vista laboral, lo que puede dificultar la atracción de talento y al mismo tiempo desincentivar la inversión en formación.

En este sentido, el CTESC recomienda:

1. Impulsar acciones de revalorización del sector entre la población, con el fin de atraer y retener el talento. Es necesario que las personas perciban que es un sector con futuro y con carrera profesional, dado que las oportunidades de promoción y carrera profesional influyen positivamente en la predisposición de las personas a formarse.
2. En este sentido, como ya se ha subrayado en otros informes del CTESC, es fundamental potenciar los servicios de orientación académica y profesional tanto en la enseñanza reglada como en los servicios de empleo, para poder dar información precisa sobre el potencial del sector turístico y sobre las posibilidades formativas existentes. Una herramienta como la Red Integrada de Orientación apuntada en la Estrategia catalana para el empleo puede ser un muy buen punto de partida.
3. Uno de los principales colectivos que habría atraer hacia el sector es la juventud, teniendo en cuenta que muchos de ellos se vinculan sólo temporalmente y por necesidad, sin intención de promocionarse y hacer carrera, lo que puede dificultar la reposición del personal ocupado cuando éste se jubile.
4. Hay que prestigiar las ocupaciones del sector. Una vía sería la promoción de acuerdos mediante el diálogo social que mejoren la estabilidad y las condiciones de las relaciones laborales del sector. Hay que hacer un esfuerzo para fidelizar a los trabajadores del sector e incrementar su compromiso.
5. Tal como ya propuso el Consejo Económico y Social de Barcelona (2010), y con el objetivo de dar más valor a la formación, habría que promocionar un nuevo sistema retributivo que conjugue salarios con capacitación y productividad, así como crear un certificado similar a la ISO que señale a las empresas y los establecimientos que apuesten por la calidad y la profesionalidad del trabajador.

Por otra parte, y en relación con las dificultades para identificar los subsectores que se engloban en el concepto "sector turístico", hay un abanico muy amplio de empleos que se pueden incluir, ya estén directa o indirectamente vinculados al turismo. En este sentido, el mapa de ocupaciones descrito en el estudio emplea el concepto de "categoría ocupacional" para incluir varias ocupaciones que se pueden encontrar en empresas turísticas, pertenecientes éstas a los subsectores de alojamiento, restauración, transportes, intermediación turística y actividades de ocio y entretenimiento.

Categorizar la realidad comporta a menudo simplificarla, lo cual puede llevar a excluir del análisis alguna ocupación destacada o emergente difícil de encajar en una de las doce categorías establecidas. De todos modos, a lo largo del texto se ha procurado hacer referencia a las ocupaciones emergentes o difíciles de clasificar, dada su proyección de futuro y su potencial de crecimiento.

En este sentido, el estudio identifica los siguientes ámbitos con más proyección: la cocina, el turismo doméstico y local, el turismo rural y de camping y el turismo en internet. Por otra parte, se han identificado las áreas con más potencial de crecimiento, como la de la intermediación turística (sobre todo los servicios de asesoramiento personalizado) y la organización de actos, coincidiendo con otras fuentes documentales (SOC, 2012).¹⁰ Por último, tres ocupaciones difíciles de cubrir: chefs y cocineros/as, guías turísticos especializados y agentes de intermediación.¹¹

¹⁰ Otras ocupaciones consideradas emergentes o con potencial de crecimiento son: en la categoría de comercialización y marketing, comparadores de precios y expertos en portales de evaluación hotelera; en la de alojamiento y restauración los preparadores de cáterings; en la de animación turística, los monitores deportivos acreditados y los animadores infantiles; y los expertos en planificación, gestión y desarrollo de destinos turísticos y los técnicos de calidad y de gestión medioambiental.

¹¹ El SOC añade a esta lista, como empleos de difícil cobertura, los jefes de recepción, gerentes con conocimientos de marketing hotelero y el personal de mantenimiento y limpieza (SOC, 2012).

Ante este escenario, el CTESC recomienda que:

6. El Observatorio de Empresa y Empleo ha de ser proactivo y ha de llevar a cabo una tarea de prospectiva completa del sector a fin de trasladarla a todos los agentes interesados y, en especial, a las administraciones responsables de la planificación de las ofertas de FP inicial i de FP para el empleo. Habría que disponer de datos y de información mediante una herramienta estadística estable, sobre los siguientes aspectos:
- La cualificació profesional de las persones trabajadoras del sector (por grupos de edad, subsectores y territorios), y la ocupabilidad de las personas con formación específica en este sector en relación a aquellas personas que no la tienen.
 - A corto y medio plazo, las proyecciones de empleo del sector, las necesidades de reposición de las personas trabajadoras, los perfiles profesionales que se solicitarán y la cuantificación de las diferentes ofertas formativas que serán necesarias.

La oferta formativa y las necesidades formativas del sector turístico

Con carácter previo, hay que tener en cuenta que las características del empleo y de la gestión de las empresas turísticas no pueden cambiarse sólo con una mejora de la oferta formativa. Tal y como el estudio pone de manifiesto, en el sector turístico trabajan muchas personas sin formación específica, seguramente fruto del predominio de las microempresas, en general poco proclives a trabajar en red, con una actividad muy sujeta a la estacionalidad de la demanda y que suelen seleccionar el personal de manera informal y exigiendo poca formación. Muchas de las personas ocupadas no han tenido antes contacto con el sector y tienen pocas expectativas de continuar. Por otra parte, en el estudio se han identificado carencias en competencias transversales vinculadas a actitudes y/o habilidades que no se pueden resolver sólo con acciones formativas. Sin embargo, hay un margen significativo de mejora de la oferta formativa para mejorar su incidencia en el sector.

En cuanto a la **oferta formativa** analizada, en primer lugar se puede constatar que ésta es **amplia**, lo que contrasta con la dificultad de las empresas entrevistadas para identificar centros formativos de referencia del sector (a excepción de las empresas del sector de la intermediación).

En este sentido, el CTESC recomienda que...

7. Para mejorar la capacidad de atracción de la oferta formativa, es importante que el Observatorio de Empresa y Empleo estudie la relación entre formación y competitividad.
8. Es fundamental mejorar la información, promoción y difusión de toda la oferta formativa a las empresas, tanto la universitaria como la de formación profesional y los certificados de profesionalidad, dado que en muchas ocupaciones no se requiere el disponer de titulación universitaria para ejercerlas. En este sentido, el CTESC recomienda que la Administración ponga a disposición de las empresas y de las personas usuarias un instrumento de información en línea, así como que ponga en marcha diferentes estrategias de comunicación, tales como campañas publicitarias para reforzar el vínculo entre formación, calidad y competitividad del sector o encuentros entre los centros formativos y las empresas del sector, para fomentar la valoración y contratación de personal formado y cualificado.
9. Incidir también en mejorar la información a les empresas sobre la posibilidad de organizar formación de demanda, así como informar sobre las ayudas, las subvenciones o bonificaciones a las que pueden acogerse para la formación mencionada.
10. Buscar maneras más atractivas para vehicular la formación a las empresas del sector turístico. Una posibilidad sería ofrecer planes de viabilidad de negocio en los que se detectaran las necesidades formativas de la empresa.

En segundo lugar, la oferta formativa en el ámbito del turismo se puede calificar de **completa**, dado que va dirigida a todas las categorías ocupacionales identificadas, si bien se puede considerar insuficiente para determinadas categorías (comercialización y marketing y determinadas ocupaciones de intermediación turística) y subsectores (transporte turístico, alojamiento, actividades de ocio y organización de actos).

11. Sin embargo, el CTESC recomienda adecuar la oferta de plazas de ciclos formativos de grado medio y superior de las titulaciones relacionadas con el sector turístico a la demanda existente.
12. El CTESC recomienda disponer de datos sobre la demanda de estas titulaciones, teniendo en cuenta que la evolución del alumnado que las cursa presenta una evolución positiva (CTESC, 2011 i 2012).

Por otra parte, el estudio recoge que, a pesar de la valoración positiva general que recibe la oferta formativa, una tercera parte de las empresas (el 32%) la consideran poco especializada para cubrir necesidades concretas, demasiado académica, repetitiva y poco práctica.

Ante estas críticas, el CTESC recomienda:

13. Una vía para mejorar la experiencia práctica que proporciona la formación, y que sería conveniente que recogiera el III Plan de formación profesional, es implantar en el sector turístico la formación profesional dual. El CTESC valora positivamente la firma del convenio de colaboración con Foment de Terrassa SA para implantar el curso 2012-2013 de la FP dual para los ciclos formativos de grado medio de Cocina y gastronomía y de Servicios en restauración al Instituto Cavall Bernat de Terrassa.
14. Fomentar otros programas mixtos de formación y trabajo que combinen procesos formativos con el aprendizaje de un oficio.
15. Con la finalidad de actualizar y adaptar los planes de estudio a las necesidades reales del mercado, el CTESC recomienda fomentar el diálogo entre el sector i la educación formal.
16. Hay que potenciar las prácticas formativas y las becas de formación. En este sentido, el CTESC recomienda flexibilizar los procedimientos para realizar las prácticas, para que se puedan hacer en los momentos que realmente hay más demanda del sector (por ejemplo, los fines de semana), mejorarlas para hacer que realmente el alumno se convierta en "la sombra" de su tutor/a, prever beneficios para aquellas empresas que contraten laboralmente alumnos que han tenido en prácticas, etc. Ahora bien, también hay que hacer didáctica entre las empresas para que éstas entiendan la finalidad y el concepto de las prácticas; no pueden confundir las prácticas y la bolsa de trabajo.
17. Asimismo, habría que fomentar la flexibilidad de los títulos, como hacen otros países (como Holanda), potenciando los cruces de titulaciones. En esta línea, el CTESC valora positivamente la posibilidad que ofrecen algunos centros de obtener la doble titulación de los siguientes ciclos formativos: Cocina y gastronomía y Servicios en restauración (Escuela Joviat, CETT y Vía Magna) y Dirección de cocina y Dirección de Servicios de restauración (CETT).
18. Hay que incidir también en la calidad del profesorado de la formación turística, mejorando los procesos de selección e introducir mecanismos de formación permanente y de evaluación continuada del profesorado, con la finalidad última de captar a los/las profesionales más competentes.

Desde el punto de vista territorial, la oferta formativa se **concentra** alrededor de la ciudad de Barcelona y comarcas próximas, lo que puede suponer un impedimento de acceso para determinadas empresas y personas del sector, sobre todo las procedentes de la zona interior rural. La formación en línea o no presencial, que permitiría resolver esta dificultad de acceso territorial (y al mismo tiempo de costes), es de difícil desarrollo masivo en el sector, dada la importancia del elemento presencial y "experiencial" en este tipo de formación.

19. Teniendo en cuenta la distribución territorial de las ofertas formativas y las potencialidades de la tecnología y la web 2.0, el CTESC recomienda, siempre que sea posible, potenciar y desarrollar fórmulas mixtas de formación presencial y en línea para que esta formación sea accesible al mayor número de empresas y personas en todo el territorio.
20. Por otra parte, se podría optar también por la especialización temática en función del territorio (turismo rural, deportes de aventura...). Un ejemplo puede ser la adaptación curricular que se ha hecho en el ciclo formativo de grado medio Conducción de actividades físico-deportivas en el medio natural, especialista en estaciones de montaña, implantado por primera vez el curso 2011-2012 en el IES Pont de Suert.
21. Un elemento esencial para favorecer la movilidad de las personas hacia los centros de formación especializados son las becas de movilidad, que el CTESC recomienda potenciar.

Por último, del análisis de la oferta formativa se puede desprender una cierta **especialización en función de la categoría ocupacional por nivel educativo**. Así las categorías de dirección y gerencia de organizaciones turísticas, comercialización y marketing, recepción, agentes de intermediación, organización de eventos, guía y animación turística son las principales destinatarias de la educación superior, sobre todo la universitaria y en menor grado, los ciclos formativos de grado superior. En cambio, las categorías de auxiliares de cocina y sala, chefs y cocineros/as, maîtres y camareros/as, mantenimiento y limpieza y asistencia turística, son las principales destinatarias de la formación profesional reglada y para el empleo.

Hay que tener en cuenta sin embargo, que se pueden producir ciertos solapamientos en determinados casos, como en la categoría de dirección y gerencia de organizaciones turísticas, dado que es una salida profesional para todos los grados en turismo, muchos másters oficiales y cursos de extensión universitaria, y a la vez para dos ciclos formativos de grado superior, lo que puede dificultar la orientación académica y profesional de personas interesadas en incorporarse al sector y ejercer esta ocupación.

Esta situación contrasta con la de otras comunidades autónomas, donde estas titulaciones están orientadas a categorías ocupacionales diferentes. Este hecho afecta a la concepción de las empresas sobre cada título, y puede explicar por qué, para determinadas categorías ocupacionales, se considera que son necesarios niveles mínimos de estudios diferentes.

22. El CTESC recomienda mejorar la coordinación entre las administraciones competentes en las diferentes ofertas formativas para evitar, en algunos casos, solapamientos y acciones formativas redundantes.

En cuanto a la **demanda de formación** por parte de las empresas del sector, hay que tener en cuenta que la información proviene de la encuesta realizada *ad hoc* y dirigida a los gerentes y responsables de formación de las empresas turísticas entrevistadas, en cumplimiento de la demanda del Departamento de Empresa y Empleo de analizar la importancia de la formación en el sector turístico, centrándose en la perspectiva empresarial.

Así, el estudio muestra cómo en general **se pide un nivel de estudios mínimo bajo, se invierte poco en la formación** del personal y **no se prevé** hacer en el corto plazo, a pesar de la **importancia** que otorgan estas empresas a la formación como elemento

para favorecer su competitividad. La **experiencia** sigue siendo más valorada en los procesos de selección que el nivel formativo de la persona.

Ante esta situación, el CTESC recomienda:

23. Incentivar la inversión de recursos en formación, tales como los recursos en nuevas tecnologías.
24. Se precisa una reflexión sobre qué actuaciones favorecerían que tanto las empresas como las personas trabajadoras asumieran la importancia de la formación en el sector.
25. Es fundamental que las empresas planifiquen a corto y medio plazo sus necesidades formativas y que, para hacerlo, cuenten con la participación de las personas trabajadoras, ya sea directamente o a través de sus representantes legales. Hay que garantizar una interlocución verdadera con las personas trabajadoras en la elaboración del Plan de formación así como el consenso en la utilización de los créditos de formación y el tiempo de formación invertido, entre otros aspectos. De todos modos, el CTESC considera que la organización de la formación no debe ser obligatoriamente corresponsabilidad de la empresa y su personal.
26. La falta de planificación de la formación por parte de las empresas afecta negativamente a la planificación de la oferta formativa de los centros de formación.
27. Los acuerdos colectivos de sector o de empresa deben ser el marco de referencia en materia de formación y deben poder adaptarse a las necesidades del territorio.
28. Para garantizar una mejor detección de las necesidades formativas del sector turístico, el CTESC recomienda que las personas que trabajan participen en esta detección, a través de sus organizaciones sindicales más representativas. La vía adecuada para garantizar esta participación es incorporar estas organizaciones a la Mesa de Turismo, concebida como plataforma de participación entre los agentes públicos y privados con incidencia en el sector turístico, y que tiene como función específica, entre otras, la de hacer recomendaciones y proponer actuaciones en el ámbito de la formación en turismo.
29. En cuanto a las microempresas y pequeñas empresas, es importante que incrementen su participación en redes para crear formación conjunta, educación y actividades de reclutamiento. En este sentido, el CTESC recomienda que las instituciones públicas pongan en marcha iniciativas para crear estos tipos de redes, además de favorecer un punto de encuentro entre la oferta y la demanda formativa.

Las categorías ocupacionales en las que se pide un nivel formativo más elevado son la dirección y gerencia de organizaciones turísticas, la comercialización y marketing, los/las agentes de intermediación, la de guía turístico y la organización de actos.

30. Con todo y con ello el CTESC recomienda establecer mecanismos de actuación ante la sobrecualificación y la subocupación en el sector turístico.
31. Por otra parte, hay que tener en cuenta que, con respecto a la categoría de dirección y gerencia de organizaciones turísticas, las habilidades directivas de la alta gerencia son diferentes de las de los pequeños empresarios (con perfil emprendedor). El CTESC recomienda tener en cuenta esta diferencia, dado que es importante para la planificación de la oferta formativa dirigida a esta categoría ocupacional.

Los principales **impedimentos** apuntados por las empresas entrevistadas para no hacer formación y sobre los que habría que trabajar para superarlos son la falta de tiempo del personal, la dificultad de compaginar los horarios de la formación con los laborales y personales, los desplazamientos hasta los centros formativos y, en las empresas medianas y grandes y del sector del alojamiento, la falta de motivación de los trabajadores.

32. Para favorecer la disposición de las personas trabajadoras a hacer formación, el CTESC recomienda que las empresas faciliten la formación efectiva del personal.
33. Tal como indica el Servicio de Empleo de Catalunya, el CTESC recomienda que hay que incorporar la formación en las empresas de menor dimensión, muchas de las cuales no disponen de una gestión planificada de recursos humanos y que en muchos casos vinculan hacer formación a un incremento del riesgo de perder el trabajador/a por un empleo mejor.

En general, la empresa es la que acostumbra a **organizar** las acciones formativas, dirigidas a cubrir las **principales carencias formativas**:

- En cuanto a las competencias transversales: el aprendizaje de lenguas extranjeras, la gestión de los conflictos y la resolución de problemas, la iniciativa y la creatividad, la planificación, la organización y el control.
-
- En cuanto a las competencias específicas destaca: la cocina, los viajes, la cultura y los museos, y las competencias en informática y nuevas tecnologías aplicadas a la comercialización y marketing de los productos y empresas.
- A pesar de existir una amplia oferta formativa de idiomas, de forma presencial y en línea, no se logra un nivel competencial satisfactorio.
-

Ante estas carencias formativas, el CTESC recomienda:

34. Reforzar las competencias transversales en los currículos, especialmente importantes en este sector.
35. La demanda creciente de personas con dominio de idiomas de los mercados emergentes (tales como el chino, el ruso y el japonés), hace necesario fomentar el aprendizaje de estos idiomas por un lado, y, por otro, emprender acciones de orientación, formación y/o recalcificación hacia el sector turístico destinadas a los segmentos de población:
- El alumnado que tiene como lengua materna algunos de los idiomas emergentes, como el chino, el ruso, el japonés...
 - La población en situación de paro o en procesos de recualificación que tiene como lengua materna alguno de estos idiomas emergentes.
36. Para mejorar las competencias en idiomas, además del imprescindible e insustituible esfuerzo individual, las administraciones tienen la responsabilidad de sentar las bases para mejorar los resultados en este área, incidiendo tanto en los recursos y las metodologías aplicadas a la formación como en el fomento de otros mecanismos que han mostrado su eficacia en el aprendizaje de idiomas (la generalización de las versiones originales en los medios audiovisuales, las estancias en el extranjero, etc.).
37. Aunque muchos de los programas formativos incorporan contenidos en TIC, los resultados indican que hay que seguir reforzando el currículum de formación turística en todo lo referente a las TIC, aplicadas tanto a la comercialización y el marketing como al apoyo de experiencias turísticas más gratificantes.
38. En lo que respecta a las competencias de gestión de conflictos y resolución de problemas, iniciativa y creatividad y planificación, organización y control, el CTESC recomienda abordajes complementarios al recurso de la formación y que pasan por la combinación de diferentes políticas que cada vez están más y mejor implantadas en las empresas.
- Supervisión personal y directa que permita detectar las conductas y los procedimientos que son susceptibles de mejora e instruir los cambios pertinentes;
 - Implantación de sistemas de gestión y control de la calidad;
 - Instauración de incentivos vinculados a la ejecución eficiente y de calidad.
39. Como indica el CEDEFOP (2010), en un entorno cada vez más globalizado, no sólo los clientes de las empresas turísticas proceden de diferentes países sino también el personal que trabaja en ellas. Por tanto, el CTESC recomienda potenciar el desarrollo de las competencias interculturales entre el personal ocupado en el sector.
40. Otra competencia transversal que hay que desarrollar es la sostenibilidad, aplicada tanto a la gestión de los establecimientos como a la configuración de los productos y paquetes turísticos.

41. Por otra parte, el CTESC recomienda fomentar el espíritu emprendedor, incrementando los conocimientos sobre elaboración de un plan de empresa, la financiación y la estrategia de consolidación.

- En lo referente a las categorías ocupacionales o áreas: atención al cliente en el caso de auxiliares de cocina y sala y chefs y cocineros/as; conocimientos sobre nuevos mercados y novedades turísticas en el personal de organización de eventos, gestión de casas rurales y de campings en el personal del área de alojamiento, y formación en dirección y gerencia en el caso de las microempresas. Ante estas carencias formativas, el CTESC recomienda:

42. Incidir en el aprendizaje de ámbitos clave que configuran una experiencia turística positiva como es la atención al cliente. Los retos para el sector son la acogida y la hospitalidad. Si queremos distinguirnos claramente de otros destinos, la calidad del servicio es vital.

43. Satisfacer una demanda significativa de formación en gestión turística, sobre todo en el ámbito de la formación continuada, claramente manifestada por las empresas más pequeñas.

44. Adecuar la oferta formativa a las nuevas necesidades de “*multi-skilling*” que requieren determinadas categorías ocupacionales, y a la necesidad creciente de flexibilidad que pide el sector, con un peso importante en competencias interdisciplinarias.

Empero hay que tener en cuenta que, probablemente debido al método seguido para obtener esta información por parte de las empresas,¹² combinado con una situación presente de elevada inestabilidad económica, las carencias formativas detectadas son, en general, poco “innovadoras” y con poca proyección de futuro. Es decir, están muy centradas en el funcionamiento diario de las empresas y reflejan poca anticipación a los cambios. En este sentido la demanda turística es sensible a una pluralidad de factores, tales como la coyuntura económica nacional e internacional, la demografía y los efectos del aumento de la esperanza de vida de la población, los cambios en el estilo de vida de la sociedad, las nuevas tecnologías, la necesidad de garantizar un desarrollo sostenible de los recursos, etc.

Pese al impacto de la crisis actual y los cambios de las tendencias de consumo de la población en lo referente a los productos turísticos y a la demanda turística, el sector turístico se encuentra ante nuevas oportunidades. El CTESC recomienda:

45. Potenciar contenidos formativos dirigidos directamente a un turismo más especializado: familiar, cultural, gastronómico, enológico, de ocio, rural, de personas mayores, deportivo, de bienestar, etc., mediante, por ejemplo, nuevas combinaciones de cursos y especializaciones, favoreciendo un modelo híbrido de contenidos, tales como vincular habilidades tradicionales de la hostelería con la salud o con el deporte.

Por último, en lo que se refiere al **formato de las acciones formativas**, el estudio demuestra que en general las empresas optan:

- Principalmente por la formación en un centro externo, a excepción del subsector del transporte y de la restauración, que se decantan por organizarla en la propia empresa.
-

¹² Tal como se ha explicado suficientemente en el capítulo 4, la encuesta se ha realizado telefónicamente en base a un cuestionario muy completo, lo cual podía originar un cierto “cansancio” en la persona entrevistada y poca predisposición a hacer proyecciones de futuro.

- Por la formación presencial las empresas de alojamiento y transporte, mientras que las del subsector de la restauración, la intermediación turística y las situadas en el interior rural del país se decantan por un modelo mixto, que combine la formación presencial y la formación en línea o a distancia.
-
- Iniciar el curso en invierno en lo que respecta a las empresas del alojamiento y la restauración, ya estén en el interior rural o en el litoral, y en otoño, las dedicadas a la intermediación turística i las situadas en la capital.
-

En este sentido, el CTESC recomienda:

46. Asesorar a las empresas turísticas sobre la planificación de la formación, para hacerla coincidir con los períodos de más baja ocupación y, al mismo tiempo, adecuar la oferta formativa a estos períodos.
47. En un sector muy heterogéneo en lo referente a horarios y jornada de trabajo, es imprescindible diseñar acciones formativas que puedan adaptarse a los requisitos de las empresas. En este sentido, un recurso interesante es la formación semipresencial y en línea.
48. Por otra parte, y sobre todo en lo referente a la formación profesional para el empleo, el CTESC recomienda definir herramientas que faciliten que los alumnos finalicen los procesos formativos aunque su situación laboral cambie.
49. Hacer un esfuerzo para innovar el formato de las acciones formativas. Así, por ejemplo, podría ser interesante el fomento de estancias formativas en otras empresas de otros países, de los intercambios entre personas trabajadoras de diferentes empresas o la aplicación de técnicas de *coaching* y *mentoring*.

Como reflexión final, hay que tener en cuenta que las consideraciones anteriores se han hecho adoptando una perspectiva generalista, que es susceptible de ser desagregada en función del sector de actividad de la empresa, su tamaño y ubicación territorial, tal como se ha hecho a lo largo del estudio.