



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Estudio sobre la valoración del profesional turístico.

A study case: Assessment of the Tourism professionals

Autor

IRENE SÁNCHEZ BRUNA

Directora

Dra. Lara Íñiguez Berrozpe

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE ZARAGOZA
2018

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por apoyarme y permitirme estudiar la carrera que yo he elegido. A mi abuela, que siempre se alegra incluso más que yo de mis logros. A mi familia y amigos, por animarme y difundir el cuestionario. A la directora del trabajo, la Dra. Lara Íñiguez, por su compromiso, dedicación y sus consejos. A todos los profesores de la ETUZ por la formación que he recibido y por hacerme querer formar parte de este sector. A las personas que componen y han compuesto la secretaría y la biblioteca de la escuela por ayudarme cuando lo he necesitado. A todas las personas que han colaborado en este trabajo contestando al cuestionario.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
1.1 Presentación del tema y objetivos	4
1.2 Metodología	5
2. MARCO TEÓRICO DEL ÁMBITO LABORAL TURÍSTICO	5
2.1 Formación y profesionalidad	5
1.1.1 Evolución de la oferta formativa turística en España	6
2.1.2 Oferta formativa turística actual en España	8
2.2 Situación laboral del sector turístico	12
2.2.1 El Turismo como generador de empleo	12
2.2.2 Medición del empleo turístico actual en España	14
2.2.3 Características de los servicios que afectan al ámbito laboral	17
2.2.4 Indicadores de desarrollo laboral sostenible en el ámbito turístico	20
2.2.4.1 Nivel de intrusismo en el empleo turístico	20
2.2.4.2 Estabilidad laboral	21
2.2.4.3 Igualdad	22
2.2.4.4 Nivel salarial	23
3. INVESTIGACIÓN: Valoración social del profesional turístico	25
3.1 Explicación de la hipótesis en base a un estudio de profesionales sobre personas del sector	25
3.2 Resultados de la investigación a personas ajenas al sector	26
3.2.1 Descripción y perfil de la muestra	26
3.2.2 Resultados obtenidos	27
3.2.3 Interpretación de los resultados	29
4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN LABORAL TURÍSTICA Y PROPUESTAS DE MEJORA	31
4.1 Análisis DAFO	31
4.2 Propuestas para mejorar el empleo turístico y la imagen de los profesionales	32
5. CONCLUSIÓN	34
6. BIBLIOGRAFÍA	35

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación del tema y objetivos

Este trabajo parte de la hipótesis de que la profesionalidad en el sector turístico no está lo suficientemente valorada por la sociedad a nivel general. Por ello se va a desarrollar un análisis del ámbito laboral actual que permita conocer su situación e identificar sus puntos fuertes así como aquellos aspectos que necesiten mejorarse. Se pretende demostrar la importancia de la profesionalidad y la necesidad de trabajadores cualificados para ofrecer un servicio de calidad.

Como ya se sabe, el Turismo es uno de los principales motores de la economía a nivel nacional y mundial. Por ello considero que hay que defender y dignificar una profesión con amplias posibilidades de futuro que está en constante evolución adaptándose a los cambios de la sociedad, y más aún cuando podemos encontrar titulares como el de Hosteltur (2017), el cual destaca que el turismo salva a la economía española esta década. Una década marcada por una fuerte crisis económica en la que el turismo ha sido de gran ayuda, realizando importantes aportaciones al PIB español y contribuyendo a la empleabilidad. En estos términos, Hosteltur (2017) también concluye que desde 2010 la economía turística ha sido mejor que la del conjunto de la economía española.

También se sabe que vivimos rodeados de tópicos, tales como: *“en la carrera de Magisterio se dedican a hacer dibujos”* o *“los de Ingeniería son los más listos”*... pues a nivel personal he comprobado que respecto a la carrera de Turismo también los hay, infravalorando los estudios y limitando las salidas laborales que tenemos los estudiantes de esta carrera. Muchas veces nos vemos obligados a enumerar las diversas y distintas materias que se estudian para dar a entender que es una carrera muy polivalente y útil, y que, al fin y al cabo, a todos nos gusta rodearnos de profesionales cuando vamos de vacaciones y exigimos un servicio óptimo.

Así pues, los objetivos principales de este trabajo son:

- Destacar la importancia de la formación en materia de Turismo
- Conocer la situación actual del mercado laboral turístico
- Identificar sus fortalezas y debilidades
- Procurar la dignificación del profesional turístico
- Conocer la opinión de la sociedad respecto al mismo llevando a cabo una investigación social principalmente dirigida a personas ajenas al sector.

- ❑ Proponer posibles acciones de mejora

1.2 Metodología

Se llevará a cabo una definición del marco teórico del ámbito laboral del Turismo en España, empezando por la oferta formativa y continuando por las características del empleo.

Posteriormente se procederá a la enumeración de los distintos factores que afectan a la situación laboral turística y a identificar y tratar de solucionar los problemas y conflictos que existan, como por ejemplo el intrusismo, la precariedad laboral, etc.

También se realizará un cuestionario para conocer las distintas opiniones por parte de la sociedad sobre la valoración que le merece el profesional turístico.

La elaboración del trabajo se basará en la búsqueda de investigación en diversas fuentes (on line, libros, revistas profesionales...) y en algunos de los conocimientos que he adquirido durante la carrera. También se expondrá el planteamiento de una hipótesis y un cuestionario que mediante un muestreo por bola de nieve permita obtener datos cuantitativos para su posterior interpretación.

2. MARCO TEÓRICO DEL ÁMBITO LABORAL TURÍSTICO

Para realizar un correcto análisis de la situación laboral es necesario conocer el contexto que rodea al sector turístico respecto a la formación de las personas que se dedican a él y al mercado laboral actual. A continuación, se desarrollará la evolución histórica y la diversidad de oferta formativa en España, así como el papel del Turismo como generador de empleo y la situación del ámbito laboral.

2.1 Formación y profesionalidad

Una buena formación es la clave de la profesionalidad, la calidad y la competitividad de un negocio. Al hablar de competitividad se hace referencia a la *combinación de una serie de factores que añaden valor a los recursos de una región, haciendo que ésta mantenga su presencia en los mercados* (BRAVO, 2004). Para ello, el sector turístico ofrece un amplio abanico de diversas titulaciones y precisa de buenos profesionales que proyecten una buena imagen del sector.

Los estudios turísticos han llevado un crecimiento más lento en comparación con otras materias y su regulación es más reciente. De hecho, hace apenas 60 años que se creó la primera Escuela de Turismo en España.

1.1.1 Evolución de la oferta formativa turística en España

Los autores Martín, Gómez, Plumed, y Fernández (2017) detallan que la primera Escuela¹ de Turismo en España se creó en el año 1957 y consistía en estudios de tres años de duración, con el objetivo de formar profesionales rápidamente para adaptarse al veloz desarrollo del sector turístico del país. Seis años después se oficializaron estos estudios con la creación de la Escuela Oficial de Turismo y tuvo una buena aceptación por un tiempo. Sin embargo, los constantes cambios y avances del sector hicieron necesaria la aparición en 1980 del título de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas, que ofrecía una formación más amplia y profunda sobre la gestión de empresas turísticas, y el cual también tuvo un progresivo y notable éxito a nivel nacional. El Libro Blanco del Grado en Turismo recoge que «el nuevo técnico tenía que ser un empresario eficaz, más que un técnico turístico. (ANECA, 2004)

En 1996, los estudios de turismo pasaron a formar parte por fin de la Universidad, y tras unos meses de asentamiento, el título anterior pasó a denominarse Diplomado en Turismo. El nuevo plan de formación seguía manteniendo el interés por el aprendizaje de la gestión empresarial y además sumaba importancia a la gestión pública del turismo, al ámbito jurídico, cultural y a la rama humanística. Por otro lado, descuidaba el estudio de los idiomas y además no estaba a la altura de otras ramas que contaban con la categoría de Licenciatura. De hecho, Vera e Ivars (2001) añaden que llegó a plantearse la posibilidad de ampliar dos años los estudios en turismo para obtener una licenciatura que reforzase la formación. Es más, en 2004 comenzó un proyecto por parte de la *Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación* (ANECA) para crear la Licenciatura en Turismo, que a pesar de no llegar a realizarse, sirvió para que algunas universidades de Administración y Dirección de Empresas incorporasen en sus cursos de Licenciatura la especialidad en Dirección de Empresas Turísticas.

El turismo se convierte por tanto en una enseñanza académica relevante en España, asumiendo un carácter multidisciplinar, ya que son diversas las aptitudes y actitudes necesarias para desempeñar trabajos en este sector. (VILA Y BREA, 2013). En este tiempo se produjo el proceso de homogeneización de la educación superior europea y el conocido como Plan Bolonia, que igualó la duración de todas las formaciones a cuatro años y cambió la clasificación de los títulos universitarios pasando a denominarlos Grado y Máster, manteniendo también el Doctorado².

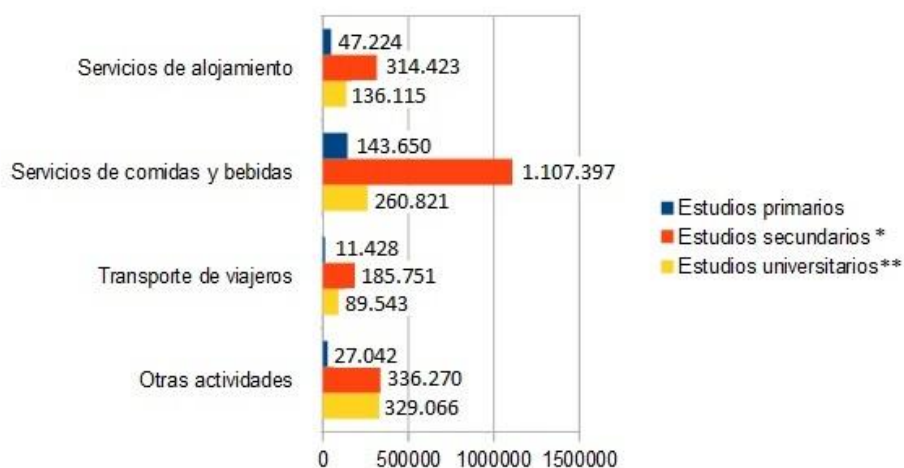
¹ Cabe destacar la diferencia entre Escuela y Facultad, dado que ambas se refieren al mismo nivel de estudios pero la diferencia radica en que las escuelas no ofrecen programas de Doctorado y las facultades sí. Además, las facultades pertenecen a la Universidad mientras que las escuelas son centros de educación independientes que tienen algún tipo de convenio con ésta y suelen ser de carácter privado o concertado.

² El Doctorado permite enfocar la formación recibida hacia la investigación, en este caso en materia de Turismo, fomentando el conocimiento, el desarrollo y la innovación turística.

Esto supuso un gran avance para los estudiantes de Turismo, ya que no sólo se había conseguido igualar la categoría de sus estudios respecto a otras materias más consolidadas, sino que podían continuar formándose y especializándose gracias a los Másteres.

Actualmente tanto la oferta formativa turística como las salidas laborales han crecido y se pueden encontrar numerosas organizaciones públicas y privadas que imparten distintos cursos enfocados a una amplia gama de especialidades. Haciendo referencia al *Gráfico 1* se puede observar que el mayor número de población activa (población ocupada y población desempleada) en la Industria Turística corresponde a aquellas que han cursado estudios secundarios. La buena noticia es que los activos con estudios secundarios y superiores registran cifras notablemente mayores que los activos con estudios primarios.

GRÁFICO 1
Activos según el nivel de formación por actividades de la industria turística³
Segundo trimestre 2018



Elaboración propia. Fuente: Turespaña - Encuesta de Población Activa (INE)

*Comprenden la ESO, Bachillerato y la Formación Profesional de grado medio

**Comprenden la Formación Profesional de grado superior y los estudios universitarios

De todos modos, a pesar de la gran oferta formativa actual y la primacía de los estudios secundarios y superiores, es muy importante fomentar la continuidad de la formación turística para conseguir un mayor número de profesionales mejor formados con el fin de obtener una mayor calidad en el sector. Además es necesario que estos estudios estén constantemente actualizados y adaptados a los rápidos cambios que se producen en el sector Turístico y procurar así su competitividad a nivel mundial.

³ El apartado "Otras actividades de la industria turística" engloba actividades como el alquiler de vehículos o las agencias de viajes.

2.1.2 Oferta formativa turística actual en España

Las opciones para estudiar Turismo en España son la formación profesional de grado medio y grado superior, los grados universitarios y los másteres y posgrados, además de numerosos cursos complementarios. En este apartado se desarrollarán las principales opciones formativas que ofrecen la formación profesional y la universidad, ya que existe un amplio y diverso abanico de másteres de los cuales sólo se citarán algunos ejemplos.

Actualmente los estudios en España se rigen por la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE) que entró en vigor en el año 2013, la cual no sustituye la ley anterior, la Ley Orgánica de Educación de 2006 (LOE), sino que busca mejorar algunos aspectos. Tal y como dicta el BOE, la LOMCE está basada *“en las mejores prácticas de los países con sistemas educativos con mejores resultados”* y *“surge de la necesidad de dar respuesta a problemas concretos de nuestro sistema educativo que están suponiendo un lastre para la equidad social y la competitividad del país, primando la consecución de un marco de estabilidad y evitando situaciones extraordinarias como las vividas en nuestro sistema educativo en los últimos años.”*

TABLA 1
Oferta formativa de formación profesional y universitaria en materia de Turismo

Grado Medio	Grado Superior	Estudios Universitarios
Técnico en Cocina y Gastronomía	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	Turismo
Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Gestión de Alojamientos Turísticos	Empresas y actividades turísticas
Técnico en Servicios en Restauración	Guía, Información y Asistencias Turísticas	Dirección Hotelera
		Dirección internacional de Turismo y Ocio

Elaboración propia. Fuente: Todo FP y Educaweb

Respecto al grado medio, lo que se puede observar según la *Tabla 1* es que no hay estudios turísticos como tal, sino únicamente enfocados a la hostelería. Por ello no vamos a desarrollarlo en esta ocasión.

Sin embargo, la oferta de **grado superior** abarca la formación en las principales actividades turísticas (las hosteleras no han sido incluidas en esta tabla), lo cual permite profesionalizarse en los puestos más característicos de este sector y que requieren una previa y específica formación para desempeñarlos correctamente. Los grados superiores se dividen, por lo general, en 2 cursos académicos de un total de 2000 horas de duración sumando clases teóricas y prácticas en empresas. El programa

académico de estos grados está homogeneizado en todo el país según lo establecido por la LOMCE, y concretamente los enfocados al Turismo comparten algunas asignaturas generales que sirven de base para la formación en el sector y otras específicas dependiendo de la especialización.

El grado de *Agencia de viajes y gestión de eventos* capacita al alumno para la venta de servicios turísticos en agencias de viajes, planificar y diseñar viajes y eventos y llevar a cabo acciones de marketing (ver tabla 2).

TABLA 2
Grado superior de Agencia de viajes y gestión de eventos - Asignaturas y salidas profesionales

ASIGNATURAS	SALIDAS PROFESIONALES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estructura del mercado turístico ❖ Protocolo y relaciones públicas ❖ Marketing turístico ❖ Dirección de alojamientos turísticos ❖ Gestión del departamento de pisos ❖ Recepción y reservas ❖ Recursos humanos en el alojamiento ❖ Comercialización de acontecimientos ❖ Inglés y segunda lengua extranjera ❖ Proyecto de gestión de alojamiento turístico ❖ Formación y orientación laboral ❖ Empresa e iniciativa emprendedora ❖ Formación en centros de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Agente de viajes ❖ Jefe de oficina o de departamento de una agencia de viajes ❖ Consultor/a de viajes ❖ Organizador/a de eventos ❖ Vendedor/a de servicios de viaje y de viajes programados ❖ Promotor/a comercial de viajes y servicios turísticos

Elaboración propia. Fuente FPformacionprofesional.com

El grado de *Gestión de alojamientos turísticos* enseña al alumno a organizar los servicios que se ofrecen en los alojamientos turísticos, a preparar los eventos que se realizan en ellos, y a supervisar y coordinar la recepción y los niveles de calidad necesarios (ver tabla 3).

TABLA 3
Grado superior de Gestión de alojamientos turísticos - Asignaturas y salidas profesionales

ASIGNATURAS	SALIDAS PROFESIONALES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Protocolo y relaciones públicas ❖ Marketing turístico ❖ Destinos turísticos ❖ Gestión de productos turísticos ❖ Venta de servicios turísticos ❖ Dirección de entidades de intermediación turística ❖ Inglés y segunda lengua extranjera ❖ Proyecto de agencias de viajes ❖ Formación y orientación laboral ❖ Estructura del mercado turístico ❖ Recursos turísticos ❖ Empresa e iniciativa emprendedora 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Jefe/a de recepción o de reservas ❖ Director/a del área de alojamientos ❖ Coordinador/a de calidad ❖ Encargado/a general de servicios de pisos y limpieza ❖ Gestor/a de alojamiento en residencias, hospitales y similares ❖ Gestor/a de alojamiento en casas rurales ❖ Coordinador/a de eventos

El grado de *Guía, información y asistencias turísticas* permite que el alumno adquiera conocimientos para ser capaz de ofrecer información real sobre un destino turístico a los visitantes, además de planificar y promocionar el destino (ver tabla 4).

TABLA 4

Grado superior de Guía, Información y Asistencia turísticas - Asignaturas y salidas profesionales

ASIGNATURAS	SALIDAS PROFESIONALES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Protocolo y relaciones públicas ❖ Marketing turístico ❖ Destinos turísticos ❖ Recursos turísticos ❖ Servicios de información turística ❖ Diseño de productos turísticos ❖ Inglés ❖ Segunda lengua extranjera ❖ Proyecto de guía, información y asistencias turísticas ❖ Formación y orientación laboral ❖ Estructura del mercado turístico ❖ Procesos de guía y asistencia turística ❖ Empresa e iniciativa emprendedora ❖ Formación en centros de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Guía local ❖ Guía acompañante ❖ Guía en bienes de interés local ❖ Informador turístico o informadora turística ❖ Técnico o técnica de empresa de consultoría turística ❖ Agente del desarrollo turístico local ❖ Azafato/a en medios de transporte terrestres o marítimos ❖ Azafato/a en terminales (estaciones, puertos y aeropuertos) ❖ Encargado o encargada de facturación en terminales de transporte ❖ Azafato/a en ferias, congresos y eventos ❖ Encargado o encargada de servicios y eventos ❖ Jefe/a de oficina de información turística ❖ Promotor/a turístico/a

En cuanto a los **estudios universitarios**, se trata de estudios con un gran sentido empresarial que no sólo forman a los estudiantes en materia turística, sino que además ofrecen una formación empresarial polivalente. En la *Tabla 5* se recogen las principales salidas laborales a las que esta formación permite acceder. Los grados universitarios se componen de 4 años académicos y un total de 240 créditos ECTS. Las asignaturas varían según la Universidad que las imparte y de la especialización hacia la que van enfocados los distintos grados mencionados en la *Tabla 1*, además hay centros públicos y privados con distintas formas de organización, pero en lo general todos imparten asignaturas relacionadas con la organización y administración de empresas turísticas, gestión del patrimonio, idiomas, marketing e investigación de mercados, derecho, economía, contabilidad y gestión financiera, etc.

Debido a la diversidad de centros de estudios, a las instituciones privadas físicas y online que se dedican a la docencia en materia turística es posible que existan otras titulaciones distintas a las mencionadas, e incluso existe la posibilidad de cursar dobles grados para combinar estudios en distintos ámbitos relacionados con el Turismo. Sin embargo, se han seleccionado los principales grados que se pueden cursar en España de forma presencial.

El *grado en Turismo* se puede cursar de manera presencial en la mayoría de las comunidades autónomas españolas, y un ranking llevado a cabo por Hosteltur (2018) sitúa a la cabeza de la lista las universidades de las Islas Baleares, Madrid (Rey Juan Carlos), Gerona, Málaga y Alicante. También se puede cursar a distancia a través de la UNED⁴.

El *grado de Empresas y actividades turísticas* se cursa en su mayoría de forma online pero existe una adaptación presencial del mismo en Madrid.

El *grado en Dirección hotelera* también se puede cursar presencialmente pero existen menos centros que la oferten en España. Entre las opciones se encuentra la Universidad Autónoma de Barcelona, institución pública, y Les Roches Marbella, de carácter privado.

El *grado de Dirección internacional de Turismo y ocio* se imparte en la Universidad europea de Canarias y también se puede estudiar de forma online.

TABLA 5
Salidas laborales de los Grados en Turismo: Establecimientos y funciones a desarrollar

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	FUNCIONES
Empresas hoteleras y extrahoteleras (Hoteles, apartamentos, campings, urbanizaciones turísticas, paradores, hospederías, albergues de turismo, balnearios y estaciones termales) Empresas de turismo alternativo (Ecoturismo, turismo cultural, rural, activo y deportivo) Empresas de intermediación y reservas online	Dirección y gestión de las empresas o departamentos, promoción, relaciones públicas, recepción, administración, calidad, atención al cliente...
Agencias de viajes mayoristas y minoristas	Dirección, administración, información, planificación y diseño de viajes. Guías turísticos.
Instituciones públicas	Planificación, gestión, dirección y fomento del turismo. Agentes de desarrollo local.
Iniciativa empresarial	Autoempleo. El turismo es una fuente de nuevas oportunidades.

⁴ Universidad Nacional de Educación a Distancia

Ferias, exposiciones, congresos, de negocios, social y de integración.	Dirección, organización y gestión de eventos.
Otros establecimientos Estaciones de esquí, campos de golf, cruceros, compañías de transportes y en todas aquellas organizaciones en las que se valore a un profesional cualificado en el sector turístico	Dirección y gestión

Elaboración propia. Fuente: Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza (ETUZ)

Respecto a los **Másteres y posgrados**, se puede encontrar una gran diversidad de ellos debido a las numerosas especializaciones hacia las que se puede dirigir la formación y la actividad turística en función de los intereses y habilidades personales.

Algunos ejemplos de Másteres son los que especializan al alumno en Dirección de empresas turísticas (por ejemplo en Navarra), Gestión hotelera (Madrid), Gestión del patrimonio cultural (Zaragoza), y Turismo internacional (Madrid), entre muchos otros cuya información se puede encontrar al alcance de todos en internet o en centros de estudios donde puedan asesorar sobre ello al interesado.

Además, existe la posibilidad de realizar **cursos** específicos para ampliar la formación, como por ejemplo cursos para aprender a utilizar el programa *Amadeus*, muy utilizado en el sector de las agencias de viajes; *QGIS*, sistema de información geográfica muy útil para la gestión territorial...

2.2 Situación laboral del sector turístico

Siguiendo con el desarrollo del contexto que rodea al sector turístico, a continuación, se va a proceder a describir el empleo turístico actual, las características del sector servicios que lo condicionan y algunos indicadores de desarrollo laboral sostenible.

2.2.1 El Turismo como generador de empleo

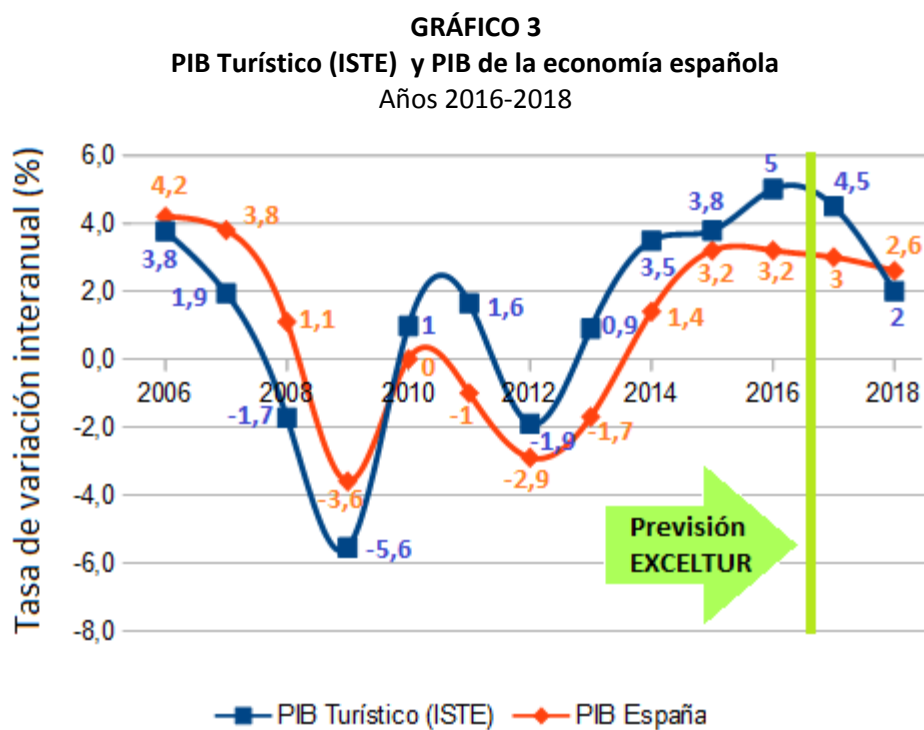
Es un hecho que el Turismo es uno de los principales motores de la economía española, y según los últimos datos recogidos por el INE en 2016, el Turismo aporta a la economía española un 11,2% del PIB, lo que se traduce en 125.529 millones de euros.

Además, tiene una función muy importante como generador de empleo, ya que aporta 2,5 millones de empleados en la actividad turística, lo que supone el 13,3% del empleo del país en base al mismo estudio de 2016. Según la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos* (OECD), con estas cifras España encabeza en 2016 la lista de países miembros de dicha organización en cuanto a contribución al PIB y al empleo. Cabe destacar que el Turismo no sólo genera empleo turístico, sino que

de acuerdo con el INE por cada 100 empleos directos creados en el sector se generan 69 empleos extra en otros sectores distintos. Hay que destacar que el Turismo no sólo es uno de los principales sectores de la economía española, sino que además causa efecto sobre otros sectores de la misma actuando como factor multiplicador sobre otras actividades económicas que obtienen beneficios gracias al Turismo a pesar de no estar relacionadas con él.

De hecho, un estudio del Diario Gastronómico (2018) titulado “*Sobre el efecto multiplicador del turismo*” presenta la conclusión de que cada euro obtenido de la producción turística supone 1,96 euros en otras actividades productivas de sectores distintos de la economía del país.

En el *Gráfico 3* se puede observar el continuo crecimiento de la tasa de variación anual del PIB Turístico desde 2013, la cual ha experimentado cada año un crecimiento mayor que el PIB español. Sin embargo, las previsiones realizadas por Exceltur para el año 2018 presentan un crecimiento más lento (+2%) e inferior al PIB nacional (+2,6%), lo cual refleja que la actividad turística tiende a normalizarse, a expensas de que las previsiones terminen por confirmarse dentro de los doce meses siguientes.



Elaboración propia a partir de a partir de Exceltur con datos del INE y el Banco de España en Septiembre de 2018

2.2.2 Medición del empleo turístico actual en España

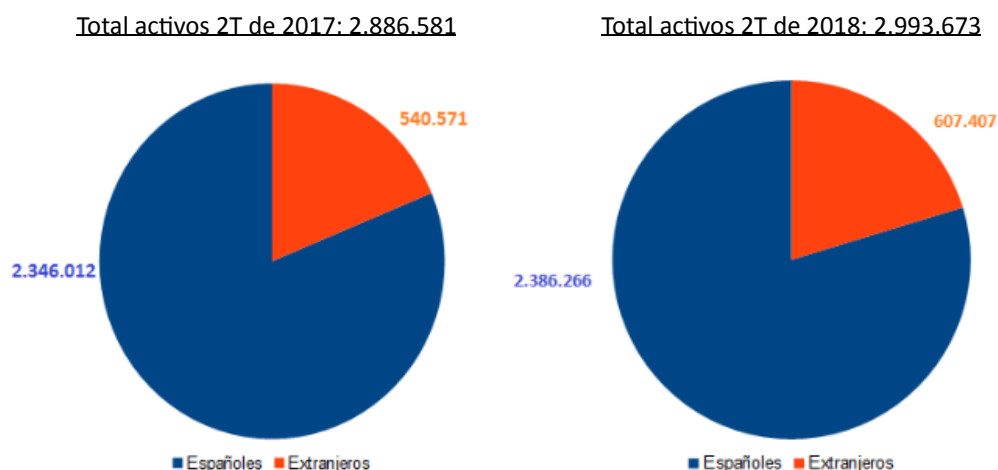
Para medir el empleo se debe tener en cuenta la población activa (ocupados y parados) e inactiva, pero este apartado se desarrollará únicamente en la activa. En base a esos datos se elaboran los indicadores de empleo, que son las tasas de actividad, paro y de ocupación:

- Tasa de actividad: recoge la población activa y la población de 16 años o más aunque no trabajen, y permite conocer la población potencial que podría trabajar.
- Tasa de paro: mide la relación entre la población parada y la activa.
- Tasa de ocupación: mide la relación entre la población ocupada y la activa.

En base a los datos obtenidos de los indicadores de empleo se elabora la Encuesta de Población Activa (EPA), cuyo objetivo es mostrar la fuerza de trabajo del país. A continuación, se analizará la situación del empleo turístico actual basado en la EPA. Los datos más actuales disponibles se refieren al segundo trimestre de 2018, por lo tanto, se usará como referencia de la evolución del empleo el segundo trimestre del año anterior.

La población activa engloba a la población ocupada (asalariados y autónomos) y a la población parada. Según la EPA, y como se puede observar en el *gráfico 4*, en el segundo trimestre de 2018 el sector turístico ha registrado un total de 2.993.673 trabajadores en activo, que en comparación con las cifras del mismo trimestre del año anterior supone un aumento del 3,7%. En el mismo gráfico se aprecia el aumento tanto de activos nacionales (40.254 activos más) como de extranjeros (66.836 activos más).

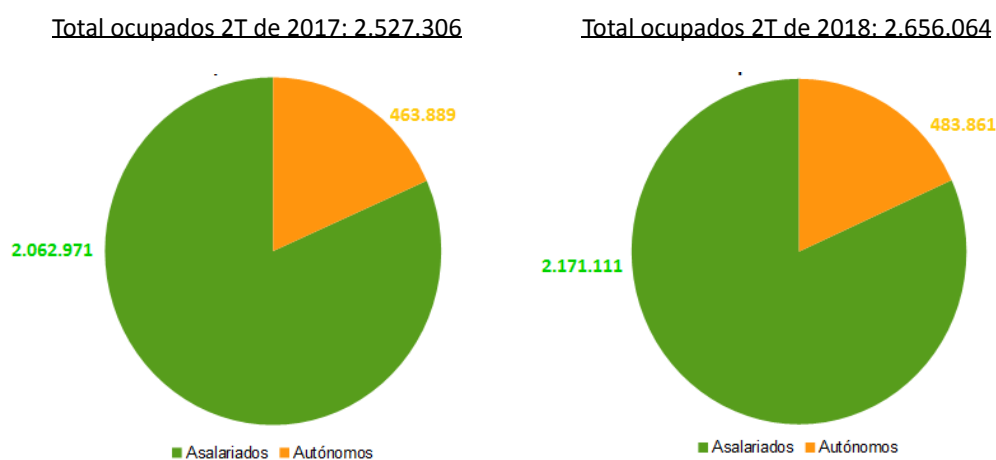
GRÁFICO 4
Comparación de activos en la industria turística según nacionalidad
Segundo trimestre de 2017 - 2018



Elaboración propia. Fuente: INE basado en la explotación de Turespaña

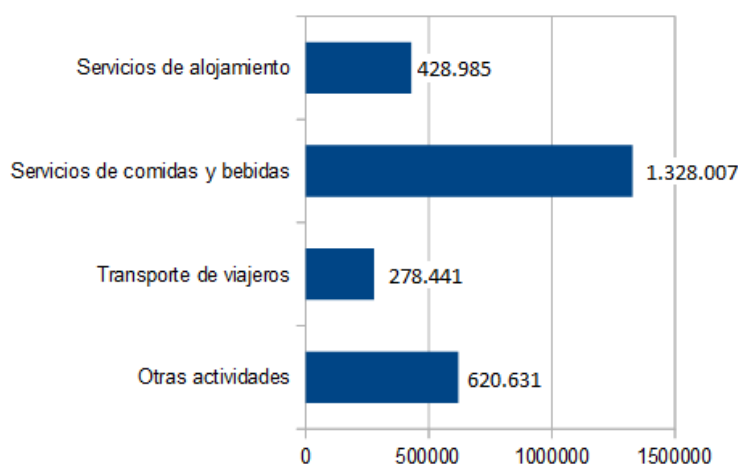
En cuanto a la población ocupada, en el segundo trimestre de 2018 hubo un total de 2.656.064 de ocupados en la industria turística, que representa el 13,7% sobre el total nacional, y supone un aumento del 5% respecto al trimestre anterior (*ver gráfico 5*). De ese total de ocupados, la mayoría se localizan trabajando en el subsector de servicios de comidas y bebidas (49% sobre el total), seguido de los servicios de alojamiento (16%). El resto se dividen entre servicios de transporte y otras actividades turísticas (*ver gráfico 6*).

GRÁFICO 5
Ocupados en la industria turística según su situación profesional
 Segundo trimestre de 2017 y 2018



Elaboración propia. Fuente: INE basado en la explotación de Turespaña

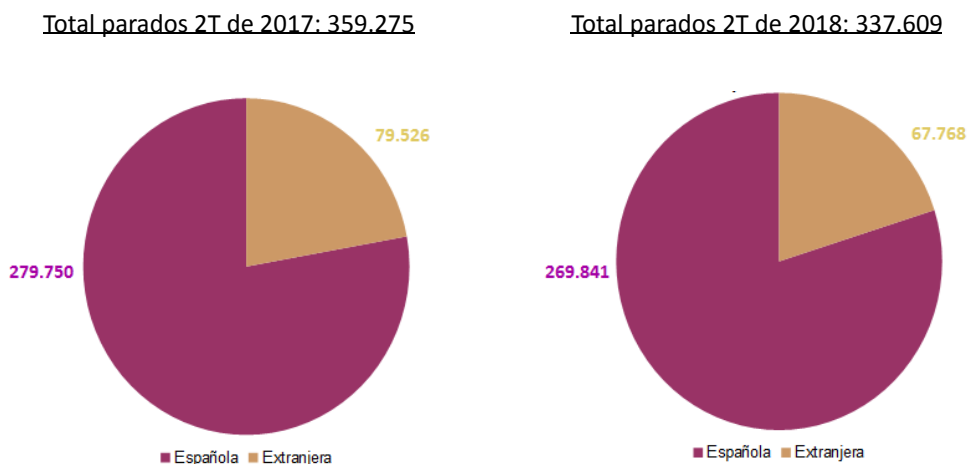
GRÁFICO 6
Ocupados según su actividad de la industria turística
 Segundo trimestre de 2018



Elaboración propia. Fuente: Turespaña - Encuesta de Población Activa (INE)

En el caso de la población parada podemos hablar de una disminución de parados en comparación con el periodo anterior (*ver gráfico 7*), registrando una tasa de variación interanual de -6%. Estos datos nos indican una disminución del paro en el sector turístico en el segundo trimestre de 2018 frente al mismo trimestre de 2017. El porcentaje de parados sobre activos es del 11,3%.

GRÁFICO 7
Parados en la industria turística según su nacionalidad
 Segundo trimestre de 2017 y 2018



Elaboración propia. Fuente: INE basado en la explotación de Turespaña

2.2.3 Características de los servicios que afectan al ámbito laboral

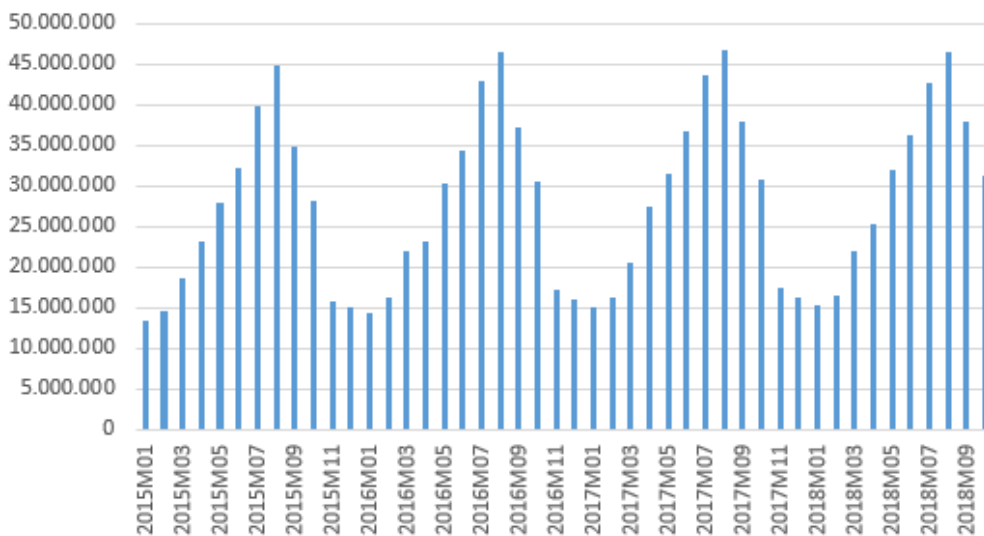
El sector turístico posee unas características propias que lo diferencian de otros mercados, mayormente debido a la naturaleza propia de los servicios y a la gran diversidad de tipos de demanda que lo componen y que condicionan la oferta. Estas características afectan positiva y negativamente al empleo turístico, tanto a los propios trabajadores y empresas como a la imagen que se proyecta de este sector a la sociedad. Se podría decir que determinan el mercado laboral turístico y por ello son objeto de estudio, para entender y analizar el empleo turístico y poder así proponer las medidas necesarias para mejorarlo.

Una de las principales peculiaridades del sector es la estacionalidad, que se define como una gran concentración de demanda turística en periodos concretos del año y que suele repetirse periódicamente. De ella surge la temporada alta, media y baja. Dos claros ejemplos de tipologías turísticas afectadas por la estacionalidad son el turismo de sol y playa y el turismo de nieve.

En el *Gráfico 8* se puede ver representada la estacionalidad que se da en España. El gráfico

muestra los datos recogidos por la Encuesta de Ocupación Hotelera en cuanto a las pernoctaciones de nacionales y extranjeros en todo el país durante los años 2015-2018. En él se puede observar unos picos de demanda que se repiten de manera periódica en los meses de temporada estival, dando lugar a la temporada alta de este país, siendo agosto el mes más fuerte en todos los casos. En la temporada alta probablemente los hoteles contratarán a más empleados para cubrir esos picos. Los datos más bajos según este gráfico se registran entre noviembre y marzo de cada año, y en estos casos los hoteles reciben menos clientes, y por tanto no necesitan tantos empleados como en la temporada alta.

GRÁFICO 8
Encuesta de ocupación hotelera en España - Número de pernoctaciones
 Años 2015-2018



Elaboración propia. Fuente: INE

Es primordial que las empresas y organizaciones turísticas tomen medidas para combatir la estacionalidad y tener afluencia de turistas todo el año, ya sea ampliando su oferta o fomentando otros tipos de turismo que no dependan tanto de la temporada vacacional. Por ejemplo, los destinos turísticos principales de España son aquellos de sol y playa, y una medida para combatir la estacionalidad a nivel nacional es fomentar el turismo interior para seguir atrayendo visitantes durante todo el año. Además, la estacionalidad no sólo se produce durante períodos de tiempo a lo largo del año, sino que en un mismo día también surgen momentos de mayor trabajo que requieren de más personal, dando lugar a la necesidad de que los trabajadores tengan una amplia disponibilidad horaria para poder realizar o bien turnos de jornada completa o de jornada partida para atender estos picos de demanda. Un claro ejemplo es lo que ocurre en la restauración, donde la demanda se concentra sobre todo en las horas del desayuno, la comida y la cena.

Una característica del sector servicio que lo diferencia totalmente de mercados que venden bienes es la **intangibilidad** de los servicios. Esto supone que lo que el cliente valora de su consumo es la calidad de la experiencia que le aporta ese servicio y el nivel de satisfacción que obtiene después. Aquí juega un gran papel el marketing, pues debe apelar a las emociones del cliente para promocionar un servicio turístico.

Debido a la intangibilidad surge el **carácter perecedero** de los servicios, es decir, que no se pueden almacenar y por tanto un servicio no vendido se traduce en ingresos perdidos. Por ejemplo, un hotel que sólo ha llenado la mitad de su capacidad un día está perdiendo unos ingresos que no va a recuperar, y esto ocurre en mayor medida en temporada baja. En este caso es necesario llevar a cabo estrategias para intentar conseguir siempre la máxima ocupación, como por ejemplo usar estrategias de precios o enviar ofertas directamente a clientes ya conocidos en momentos concretos para vender siempre lo máximo posible.

En la mayoría de los casos, los servicios son **indisociables**, es decir, que tanto el servicio en sí como el vendedor/empleado y el cliente confluyen en un mismo lugar en un momento determinado. Por esto mismo los servicios son **heterogéneos**, lo que supone que la calidad de los servicios es variable debido a que algunas veces no todas las personas que lo ofrecen aportan la misma calidad. Las características propias del ser humano así como la profesionalidad y el nivel de implicación con su trabajo determinan la calidad del mismo. Por ello en el sector turístico el capital humano es vital y es un elemento determinante para su competitividad y su calidad.

Otra característica del mercado turístico es que se encuentra en **constante innovación** debido a los cambios rápidos que se producen en el entorno y en la sociedad (cambios de modas, cambios legislativos, nuevas tipologías turísticas...). Es necesario que las empresas turísticas tengan una buena capacidad de adaptación a esos cambios para tratar de satisfacer en todo momento las demandas de los clientes.

Por otra parte, las características de los servicios del sector turístico también afectan a los trabajadores del mismo. Influyen en su nivel de satisfacción e implicación personal en su trabajo, ya que su carácter es mayormente vocacional. Según varios *Focus Group*⁵ realizados en empresas del sector, existe una valoración positiva generalizada por parte de los trabajadores de las diversas ocupaciones turísticas.

⁵ En castellano grupo focal, técnica cualitativa utilizada en ciencias sociales y comerciales para estudiar las opiniones o actitudes de un público

Algunos de esos aspectos son:

- El carácter dinámico del trabajo que lo hace diferente cada día
- Posibilidad de aprendizaje de idiomas y nuevas culturas por el constante trato con turistas de distintas nacionalidades.
- Lugar y entorno de trabajo agradables en comparación con otros sectores
- Reconocimiento por parte del cliente satisfecho
- Oportunidad de movilidad geográfica
- Beneficios económicos extra (propinas, descuentos para familiares...)

2.2.4 Indicadores de desarrollo laboral sostenible en el ámbito turístico

La OMT (2015) explica que los indicadores son conjuntos de información que se utilizan regularmente para medir los cambios del desarrollo de la gestión turística. Gracias a los indicadores se puede tomar medidas para prevenir situaciones indeseadas y para mejorar la actualidad y la sostenibilidad turística.

2.2.4.1 Nivel de intrusismo en el empleo turístico

El intrusismo profesional es una práctica que afecta a la gran mayoría de los sectores, y consiste en la realización de una actividad laboral por personas que carecen de la titulación profesional necesaria. De hecho, el intrusismo es un delito tipificado recogido en el Código Penal desde 1996.

Esta práctica puede entenderse como una competencia desleal entre personas, en la que aquellos que no han recibido una formación específica pueden ocupar los puestos de trabajo que deberían ocupar otros que sí están cualificados para desempeñarlos. Las personas que no poseen títulos ni formación están dispuestas, por lo general, a percibir un salario menor por su trabajo que el que ganaría un trabajador cualificado, lo cual puede resultar tentador para algunas empresas. Sin embargo, esto podría ser contraproducente, ya que en la gran mayoría de los casos el servicio ofrecido por alguien no formado tendrá una calidad menor, y reduce la posibilidad de fidelizar clientes.

Como se explicaba en el apartado 2.1.1 sobre la *Evolución de la oferta formativa en España*, la incorporación de los estudios en materia turística tardó en llegar en comparación con otros. Debido a ello, en base a los autores Vila y Brea (2012) los profesionales de otros sectores como Empresariales, Geografía e Historia eran los encargados de encabezar la ejecución de los

proyectos de negocio, planificación y gestión turística. Esta es una forma de intrusismo que anteriormente podía estar justificada ante la carencia de profesionales turísticos, pero actualmente no es necesaria. Así pues, la formación turística de calidad es un elemento clave para evitar el intrusismo y el desarrollo de competencias no relacionadas con la formación.

El intrusismo también se percibe desde la perspectiva de la demanda como algo negativo, por lo que no sólo afecta a la actividad laboral de un sector a nivel interno, sino también a la imagen que se proyecta del mismo a la sociedad (HOSTELTUR, 2011). Sin embargo, existen otros puntos de vista, pues como indica Universia (2018) el intrusismo puede ser considerado como una ventaja para aquellas personas que habiendo estudiado una carrera (o no) encuentran un trabajo de distinta índole pero que pueden desarrollar por habilidades innatas. De todos modos, el intrusismo afecta negativamente a las personas tituladas de un sector y que quieren dedicarse a él profesionalmente.

Universia (2018) también señala que la profesión de guía turístico es una de las mayores afectadas por el intrusismo a nivel general y la que encabeza la lista de las profesiones turísticas con más intrusismo laboral. Además, según señala la revista Preferente⁶ (2018) este año se ha producido la primera gran multa por intrusismo como guía turístico en el país, cuya cuantía oscila entre los 100.000 y 600.000 euros. Las agencias de viajes también sufren esta práctica y esperan cambios normativos que mejoren la situación. Hosteltur (2018) recoge en uno de sus artículos el testimonio de José Manuel Lastra, presidente de la AVISE⁷, en el cual se expone que el sector cumplirá la normativa que estime la Unión Europea, pero también defiende que desde el sector se puede *“pedir a las autoridades la lucha contra las actividades clandestinas mediante dichas normas y poner en valor nuestra actividad ante la sociedad”*. Otra noticia publicada por Hosteltur (2017) informa sobre la disminución de la ocupación hotelera basándose en las previsiones debido a la oferta ilegal, haciendo referencia a las viviendas de alquiler de uso turístico, tema que crea polémica en el sector por considerarse otra forma de intrusismo y competencia desleal.

2.2.4.2 Estabilidad laboral

La estabilidad laboral se define como el derecho que tienen los trabajadores a conservar su empleo mientras no cometa ninguna acción que pueda provocar su despido.

Como se ha descrito anteriormente, la demanda del sector turístico es variable, y aunque se

⁶ Revista española de turismo para profesionales

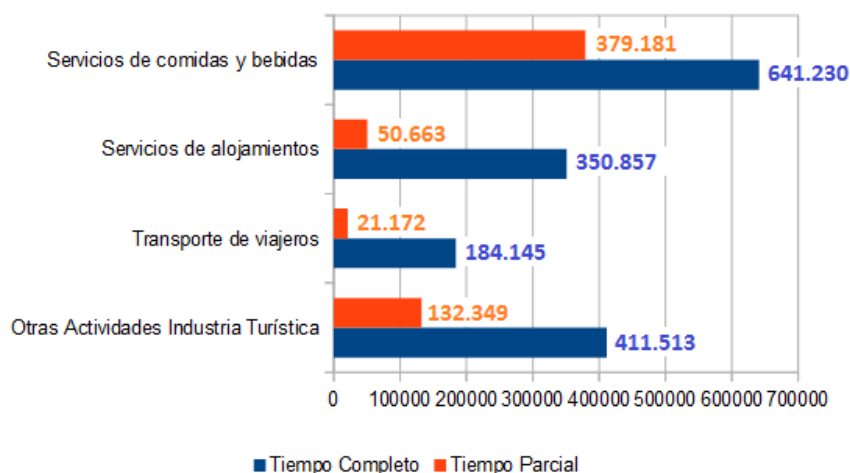
⁷ Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla

pueden realizar previsiones, depende de distintos y diversos factores que la hacen inestable: renta disponible, nivel de precios y seguridad del destino, motivación y disponibilidad de tiempo de ocio de la demanda, etc.

Estas características de la demanda afectan a la estabilidad laboral de los trabajadores turísticos, muy relacionada con la estacionalidad y el aumento o la disminución de la fuerza de trabajo, que se traduce en las necesidades de los empresarios de hacer uso de la contratación temporal y parcial porque no siempre necesitan el mismo número de empleados. Esta situación genera precariedad entre los activos del sector a la que vez que perjudica su imagen como empleador.

Exceltur (2018) apunta que la tasa de temporalidad turística supera la media nacional (26,8%) y europea. Según los datos recogidos por el INE en el segundo trimestre de este año, la tasa de temporalidad de la industria turística es del 35,2%, aunque la tasa de variación interanual es del -2,5%, es decir, la tasa ha disminuido en comparación con el segundo trimestre del año 2017. El rango de edad que mayor tasa registra es el de los 16 a los 29 años (60%) aunque también ha experimentado una disminución, pues presenta una tasa de variación del -5,8% interanual.

GRÁFICO 9
Asalariados según tipo de jornada por su actividad de la industria turística
Segundo trimestre de 2018



Elaboración propia. Fuente: INE

En el *gráfico 9* se indica la distribución por actividades de los asalariados según su jornada, y se observa que el subsector con más trabajadores temporales es el de servicios de comidas y bebidas, llegando a superar la mitad de la cifra de los asalariados a tiempo completo.

2.2.4.3 Igualdad

Otro hecho innegable es la enorme evolución que ha experimentado el papel de la mujer en todos los ámbitos. Su emancipación, y la lucha por la igualdad y contra los tópicos que se asociaban a ella han supuesto un gran avance para su calidad de vida.

El desarrollo de este apartado será breve, pues M. Martínez (2016) ya realizó un gran trabajo de fin de grado titulado “*Mujer y turismo ¿Empoderamiento o desigualdad?*”, en el que se detalla de forma extensa la situación de la mujer en el Turismo y la brecha salarial entre mujeres y hombres.

De lo que sí se tratará en este apartado es sobre el *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010-2012*, realizado por la ONU, en colaboración con la OMT, con el objetivo de mostrar la realidad de las mujeres en cuanto a empleo, emprendimiento, liderazgo, comunidad y educación y de demostrar que el Turismo actúa como elemento favorecedor del empoderamiento de las mujeres.

De este informe se concluye que las mujeres conforman un importante porcentaje como parte de la industria turística, llegando a alcanzar el 60% de la población ocupada del sector en algunas regiones. Sin embargo, el problema está en el tipo de empleo que ejercen, pues la mayoría se concentra en aquellos que requieren poca formación, ofrecen salarios bajos y provocan inestabilidad laboral. Por otro lado se encuentran datos positivos que lo refuerzan la imagen del Turismo como empoderador de la mujer, pues cuenta con un número considerablemente mayor de mujeres empresarias, tanto asalariadas como autónomas, que el de otros sectores de la economía española.

2.2.4.4 Nivel salarial

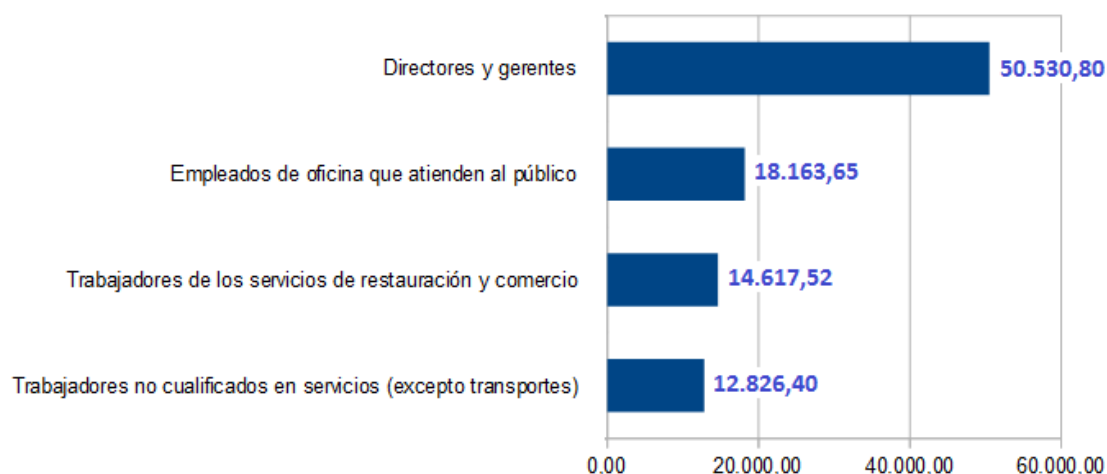
El salario es otro de los indicadores que más interesa a los trabajadores y que determina su nivel de satisfacción, y a su vez, el desarrollo sostenible del ámbito laboral turístico. Por ello es importante conocer el nivel salarial que perciben los trabajadores turísticos. Los datos más recientes pertenecen al año 2016 y Exceltur (2018) ha elaborado un informe en base a ellos en el que defiende que *el sector turístico español mantiene, en general, unas condiciones salariales acorde con el resto de sectores económicos para las mismas categorías profesionales, niveles de estudios y años de experiencia.*

Los datos relacionados con el salario de los trabajadores se recogen en la Encuesta de Estructura Salarial elaborada por el INE. Su periodicidad es cuatrienal y se realiza desde el año 2008, por lo que aún no se dispone de datos del año en curso, y aunque los hubiera no ofrece tanta información sobre el sector turístico en general sino más bien sobre la hostelería, al igual que ocurre con el estudio de Exceltur. Lo que sí se puntualiza en el informe con los datos de 2016 es:

- Los directivos y gerentes obtienen un salario medio de 29,1€/hora
- Los agentes de viajes y auxiliares de vuelos, juntos con los camareros y cocineros, reciben un salario medio de 10,1€/hora
- El personal de limpieza percibe un salario medio de 9,4€/hora

Del INE se pueden extraer los datos de la ganancia media anual en 2016 percibida por los trabajadores de todos los sectores de la economía española según su ocupación, que servirá para hacer una aproximación a la idea de cómo se distribuye el salario en el caso turístico (*ver gráfico 10*).

GRÁFICO 10
Ganancia media anual según su ocupación
 Año 2016



Elaboración propia. Fuente: INE

Se han seleccionado únicamente las profesiones entre las que se pueden encontrar las actividades turísticas.

Del *gráfico 10* se puede concluir que existe cierta coherencia entre la distribución media salarial de los trabajadores y su grado de responsabilidad, aunque la escasa disposición de datos dificulta una mayor interpretación. Las diferencias que sí aporta Exceltur es que en el sector turístico el personal de base recibe una remuneración mayor a la de otros sectores, pero por el

contrario los que ocupan los cargos de directivos y gerentes turísticos (29,1€/hora) perciben un salario medio menor al de otras actividades económicas (salario medio de 34,6€/hora).

3. INVESTIGACIÓN SOCIAL: Valoración social del profesional turístico

En este apartado se va a desarrollar una investigación sobre la valoración que la sociedad tiene sobre el perfil del profesional turístico, partiendo de la hipótesis de que dicha valoración es baja, con el fin de detectar las principales problemáticas y necesidades del sector que afectan a la imagen de los profesionales y a su situación laboral.

En el primer epígrafe se expone la opinión de algunos profesionales turísticos que realizaron un estudio a través de grupos de discusión con otros profesionales del sector, y cuyas conclusiones se van a reproducir en el siguiente punto y dan apoyo a la hipótesis de este trabajo. El segundo epígrafe trata sobre los resultados obtenidos de una investigación de elaboración propia enfocada a conocer la opinión por parte de la población que no tiene relación con el Turismo con el fin de comparar los resultados de ambas investigaciones y si la hipótesis se confirma o no.

3.1 Explicación de la hipótesis en base a un estudio de profesionales sobre personas del sector

Esta investigación se apoya en un estudio llevado a cabo por Martín *et al.* (2017) publicado en la *Revista Lusófona de Educação*, en el cual uno de sus objetivos es identificar los principales problemas que afectan negativamente al modelo turístico del país y a la formación en esta materia, centrándose en el análisis del modelo actual y a las necesidades futuras. Para ese estudio se conformó un grupo de discusión con una muestra de 89 individuos de distintas zonas de España que ejercen actividades laborales relacionadas con el Turismo. Es importante recalcar que se trata de un estudio anterior a este trabajo cuyos resultados se van a reproducir para dar paso a la investigación de éste.

Los resultados de dicho estudio dan pie a la hipótesis sobre la baja consideración social por parte de la sociedad y a la idea de llevar a cabo una investigación para tratar de averiguarlo. Dado que el grupo de discusión estaba compuesto por estudiantes y profesionales del Turismo, la

investigación del presente trabajo se centrará en la opinión por parte de la sociedad ajena al sector.

El mencionado estudio determina que, a pesar de que el Turismo es un factor de gran importancia en el desarrollo económico y social del país, *“no existe un reconocimiento social y económico del capital humano”*. Además *“existe un amplio desconocimiento sobre la formación en turismo, las competencias adquiridas así como las salidas profesionales...”*

En concreto, un testimonio de uno de los miembros del grupo de discusión de Málaga expresa a la perfección la clave de esta hipótesis: *“el tema de dignificar la profesión, creo que desde el propio desconocimiento de la gente, que no sabe, no valora para lo que valemos, y lo digo como diplomada en turismo, tengo que explicarle a todo el mundo en qué consiste mi carrera, nadie sabe la cualificación que tengo, todo el mundo pensó que era para trabajar en un hotel en una recepción o de azafata.”*

A su vez el estudio trata de explicar estas afirmaciones apelando a la complejidad y diversidad del mercado laboral turístico y a que la regulación y la estructura de la formación en materia de turismo es relativamente reciente en comparación con otras materias, tal y como se ha explicado anteriormente en el apartado *2.1.1 Evolución de la oferta formativa turística en España*.

La hipótesis que se va a investigar también guarda relación con el intrusismo laboral, ya que se plantea que debido a éste se proyecta una aparente facilidad de acceso a los puestos de trabajo del sector, y de ahí se fomenta la idea de la baja valoración de la población.

3.2 Resultados de la investigación a personas ajenas al sector

Se ha realizado un breve cuestionario pero con preguntas concisas enfocadas a obtener respuestas acerca del conocimiento de la población sobre la formación en este ámbito y su valoración de la misma y otras cuestiones indirectas que nos ofrezcan datos sobre su aceptación al intrusismo. Todos los gráficos con los resultados están disponibles en el Anexo 1.

3.2.1 Descripción y perfil de la muestra

La muestra se ha obtenido por *bola de nieve* con muestreo exponencial⁸ y consiste en 176

⁸ El encuestador realiza una primera difusión del cuestionario entre sus conocidos y estos a su vez lo redirigen a más personas, y así sucesivamente.

personas de distinta localización, aunque en su mayoría de Aragón, Barcelona y algunas partes de Andalucía. También comprenden distintos intervalos de edad, predominando las personas entre 20-30 años (45,5%), seguido de las de 50-60 años (23,3%). Del total de personas encuestadas, el 95,5% no ha estudiado nada relacionado con el Turismo, con lo cual se cumple el objetivo de obtener la opinión de personas ajenas al sector. La mayor parte de los encuestados tienen estudios superiores (71%) y únicamente un 5,1% estudios primarios. El resto tienen estudios secundarios. Con esta variedad de edad, estudios y localización geográfica se espera reducir el riesgo de sesgo, y aunque hay que tener en cuenta que esta técnica no es representativa de toda la población, era la más adecuada respecto a los recursos disponibles para el desarrollo de esta investigación.

3.2.2 Resultados obtenidos

Entrando en materia, el 95,5% de los encuestados sabían que existen estudios universitarios de Turismo. El 50,6% opina que los profesionales turísticos están bien preparados académicamente, mientras que un 17,6% opina que no y el resto no lo saben (*gráfico 18 del anexo 1*).

El 68,8% suele recibir un buen servicio por parte del profesional turístico y sólo un 1,1% opina no, mientras que el resto (30,1%) indica que sólo a veces.

En el cuestionario se ha procedido a la selección de algunas asignaturas impartidas en los grados universitarios de Turismo para que los encuestados marcasen aquellas que no supieran que forman parte del programa académico con el fin de saber su conocimiento sobre el mismo. Del total de la muestra, 33% personas conocían todas las asignaturas señaladas (*ver gráfico 12 del anexo 1*). Parece ser que las asignaturas que más sorprenden a la muestra son las relacionadas con el Derecho, seguido de Sociología y Técnicas de investigación y Arte y Patrimonio. Por lo general se comprueba que 67% encuestados no conocían la totalidad de las asignaturas seleccionadas.

Por otro lado, un 14,8% considera que los empleos del sector turístico, incluyendo la hostelería, los pueden realizar adecuadamente personas sin formación (*ver gráfico 20 del anexo 1*). El 35,2% opina “Tal vez” y el 50% considera que no es así. Las siguientes cuestiones siguen en relación con este tema, pues se ha procedido a nombrar profesiones consideradas más conocidas para que los encuestados marquen su nivel de acuerdo en cuanto al correcto desempeño de las mismas sin formación:

- Alguien sin formación puede desempeñar correctamente el trabajo de un recepcionista
 - Nada de acuerdo: 37,5%
 - Poco de acuerdo: 39,8%
 - De acuerdo: 13%
 - Muy de acuerdo: 6,2%
 - Totalmente de acuerdo: 4,5%

- Alguien sin formación puede desempeñar correctamente el trabajo de un director/a de hotel
 - Nada de acuerdo: 74%
 - Poco de acuerdo: 18%
 - De acuerdo: 3%
 - Muy de acuerdo: 2%
 - Totalmente de acuerdo: 3%
 - No sabe/No contesta: 0%

- Alguien sin formación puede desempeñar correctamente el trabajo de un agente de viajes
 - Nada de acuerdo: 47%
 - Poco de acuerdo: 34%
 - De acuerdo: 12%
 - Muy de acuerdo: 2,2%
 - Totalmente de acuerdo: 2,8%
 - No sabe/No contesta: 2%

- Alguien sin formación puede desempeñar correctamente el trabajo de un guía turístico
 - Nada de acuerdo: 57%
 - Poco de acuerdo: 27%
 - De acuerdo: 8%
 - Muy de acuerdo: 2%
 - Totalmente de acuerdo: 4%
 - No sabe/No contesta: 2%

- Alguien sin formación puede desempeñar correctamente el trabajo de un camarero
 - Nada de acuerdo: 16%

- Poco de acuerdo: 28%
- De acuerdo: 31%
- Muy de acuerdo: 11%
- Totalmente de acuerdo: 12%
- No sabe/No contesta: 2%

El resto de cuestiones mantienen relación con la accesibilidad a los puestos de trabajo en el sector y con el intrusismo como elemento que lastra la imagen del profesional turístico. Se trata de afirmaciones a las que los encuestados tenían que mostrar su nivel de acuerdo.

➤ Es fácil acceder a un empleo en el sector turístico:

- Nada de acuerdo: 13%
- Poco de acuerdo: 50%
- De acuerdo: 21%
- Muy de acuerdo: 7%
- Totalmente de acuerdo: 4%
- No sabe/No contesta: 5%

➤ Trabajar en el sector turístico no requiere una gran formación

- Nada de acuerdo: 36%
- Poco de acuerdo: 40%
- De acuerdo: 15,3%
- Muy de acuerdo: 4%
- Totalmente de acuerdo: 3%
- No sabe/No contesta: 1,7%

➤ Es lógico que en temporada alta se contrate a gente sin formación para disminuir el gasto del empresario al pagar los salarios.

- Nada de acuerdo: 56%
- Poco de acuerdo: 23%
- De acuerdo: 12%
- Muy de acuerdo: 3%
- Totalmente de acuerdo: 6,3%
- No sabe/No contesta: 1,7%

3.2.3 Interpretación de los resultados

Casi la totalidad de la muestra encuestada es consciente de que existen estudios universitarios en Turismo, sin embargo, las cifras en cuanto a la preparación que la muestra considera que tienen los profesionales turísticos deja mucho que desear, pues sólo la mitad afirma que están bien preparados académicamente.

Al tratar de medir el conocimiento de la muestra sobre la formación turística, se obtiene un dato positivo, pues el 31% conocían todas las asignaturas siendo que únicamente 4,5% habían afirmado tener estudios turísticos. Se observa que más de los dos tercios de los encuestados no conocían la totalidad de las materias seleccionadas y esto aporta algo también positivo, y es que esa mitad de encuestados que no consideraban (o dudaban) adecuada la formación de los profesionales puede que se base en el desconocimiento de la misma. Obviamente no es necesario que personas ajenas a la formación turística conozcan todas y cada una de las materias impartidas, pero quizás sea necesario fomentar ese conocimiento sobre el ámbito académico para mejorar la imagen del profesional turístico y resaltar el nivel de su formación.

Por otro lado, más de la mitad suele recibir un buen servicio por parte de los trabajadores del sector con los que trata y sólo un porcentaje muy pequeño opina un no rotundo. De todas formas, el porcentaje del “no” y del “tal vez” indican que se debe mejorar la calidad del capital humano turístico e investigar las causas por las que esto es así (falta de preparación, atención por parte de personas no cualificadas, clientes exigentes, situaciones concretas...)

Algunos aspectos preocupantes llegan al preguntar si los encuestados consideran que personas sin formación pueden desempeñar adecuadamente labores turísticas, pues la mitad de los encuestados opinan que sí. Lo positivo es que esta opinión no se traslada a todas las profesiones. Las mejor valoradas en cuanto a los requerimientos de formación son las de director de hotel, guía turístico y agente de viajes por ese orden, siendo las menos valoradas las de camarero y recepcionista. Matizar que a pesar de que este trabajo no se ha centrado tanto en la parte de hostelería, se ha considerado preguntar por la valoración de los camareros para poder comparar algún aspecto. Por ejemplo, según los datos extraídos son más las personas que consideran que un recepcionista requiere mayor nivel de formación que un camarero.

Estas preguntas sobre formación iban encaminadas a medir el nivel de valoración de la población hacia distintas profesiones, e indirectamente a la aceptación por su parte al intrusismo.

Por ejemplo, se podría entender que el 8% que está de acuerdo con que la profesión de director no requiere especial formación verían normal que “cualquiera” desempeñara el cargo, y esto afecta tanto a la valoración de los profesionales como al intrusismo.

Respecto a la afirmación sobre que es fácil acceder a un empleo turístico, la cifra de personas en total desacuerdo me parece preocupante en comparación con el total de la muestra y a pesar de que el mayor número de personas han seleccionado “poco de acuerdo” en esta cuestión, considero que la imagen del fácil acceso al sector es latente.

Como aspecto positivo, la mayoría no ven lógico el hecho de que en temporadas altas se contrate “mano de obra barata”, es decir, abusar de contratar a gente sin formación que acepte percibir menos salario por su condición.

En resumen, sí existe cierto conocimiento sobre la formación en materia turística pero su valoración no parece lo suficientemente buena para la imagen del sector. Además, aunque la mayoría de la muestra se ha mostrado poco de acuerdo respecto al fácil acceso laboral, se debería estudiar la forma de reducir esa accesibilidad por parte de no profesionales.

4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN LABORAL TURÍSTICA Y PROPUESTAS DE MEJORA

Una vez investigada la oferta formativa turística y los aspectos que rodean al Turismo en cuanto al empleo, se va a realizar un diagnóstico de las fortalezas y debilidades del sector en el ámbito laboral. El objetivo es identificar sus puntos fuertes y débiles para proponer medidas que promuevan el desarrollo sostenible del mercado laboral turístico.

4.1 Análisis DAFO

DEBILIDADES

- Alto nivel de intrusismo
- Alto nivel de precariedad laboral
- Variabilidad de la demanda
- Estacionalidad
- Preocupación de los profesionales turísticos por su imagen en la sociedad

FORTALEZAS

- Estudios formativos que abarcan múltiples especializaciones
- Gran importancia del Turismo como generador de empleo
- Salarios por encima de la media europea
- Valoración positiva de los empleados turísticos
- Alto grado de empleabilidad e integración
- Diversidad de actividades laborales
- Existencia de grados que se puede realizar online

AMENAZAS

- Negativa percepción social sobre el empleo turístico
- Alto nivel de competencia desleal

OPORTUNIDADES

- Menor impacto sufrido por la crisis económica que otros sectores
- Rápida aparición de nuevas tipologías turísticas que aumentan la empleabilidad

4.2 Propuestas para mejorar el empleo turístico y la imagen de los profesionales

Conociendo las debilidades y carencias situación del sector se puede proponer medidas para tratar de solventarlas para mejorar la imagen de los profesionales e incluso la percepción que ellos tienen del sector.

Respecto a la formación, bien es cierto que ha evolucionado de gran manera en relativamente poco tiempo y que se aboga por la figura de un profesional preparado para desarrollarse profesionalmente en el sector. Sin embargo, se recomienda:

- Seguir invirtiendo en educación y en investigación para obtener temarios actualizados; fomentar la colaboración de centros de estudios público-privados

- Aumentar la difusión de información sobre los estudios turísticos tanto para llegar a más alumnos potenciales como para crear una conciencia social sobre su importancia
- Fomentar la continuidad de la formación turística en estudios superiores; mejorar la coordinación entre los distintos niveles formativos para no duplicar materias
- Delimitar las salidas laborales de cada nivel formativo; valorar la relación entre la formación y las necesidades del mercado laboral
- Potenciar los servicios de orientación formativa y de salidas laborales
- Tratar de conseguir que todos los grados universitarios online tengan adaptaciones en centros físicos en distintas CCAA
- Procurar la formación interna en empresas del sector con incentivos o subvenciones
- Controlar periódicamente el nivel de inserción laboral de los titulados
- Aumentar contenido práctico de los estudios académicos
- Potenciar las becas de formación
- Coordinación entre las distintas escuelas de Turismo del país para tratar de homogeneizar las materias impartidas en todas ellas y aumentar la cantidad de idiomas impartidos en los programas académicos.

Respecto a la situación laboral los datos recogidos son en su mayoría positivos y aportan buenas perspectivas al sector y a la sociedad. Sin embargo son varios los aspectos que deben tratarse para mejorar la imagen del sector como empleador y las condiciones de los trabajadores:

- Ampliar la oferta turística de los destinos con más estacionalidad para combatirla y reducir la temporalidad
- Promover las previsiones de tendencias turísticas entre profesionales para facilitar la adaptación de las empresas a los cambios del sector
- Perseguir y castigar el intrusismo y la competencia desleal aumentando las inspecciones; comprobar periódicamente que se mantienen los estándares de calidad turística en los servicios prestados
- Difusión de información y asesoramiento de la normativa turística a las empresas
- Incorporar la figura del contrato fijo discontinuo

- Buscar soluciones para reducir la temporalidad turística o estudiar la posibilidad de compensar a este tipo de trabajadores (finiquitos, compensaciones económicas al cobrar el paro...)
- Seguir trabajando por la igualdad en el trabajo; penalizar a las empresas que no cuenten con mujeres en cargos de responsabilidad y disminuir la brecha salarial.

5. CONCLUSIÓN

A nivel externo, el sector turístico registra unas cifras muy positivas que justifican su papel como motor de la economía española. Sin embargo, a nivel interno se encuentran diversos aspectos formativos y laborales que requieren atención.

El sistema educativo turístico es cada vez más completo y especializado, pero a pesar de ello se necesita un mayor reconocimiento del Turismo como disciplina académica, a la vez que se aboga por la calidad y la adecuada relación entre la formación y las necesidades profesionales del sector. También se debe trabajar por mejorar la situación de los empleados del sector, tomando medidas contra la situación de inestabilidad y precariedad laboral y contra el intrusismo, limpiando así la imagen del Turismo como empleador.

En conclusión, es posible dignificar la figura del profesional y del empleo turístico, pero para ello es necesario mejorar o establecer un nuevo modelo laboral de calidad para los trabajadores que proyecte una buena imagen al exterior y que apele a la importancia de la profesionalidad.

6. BIBLIOGRAFÍA

Boletín Oficial del Estado (2013). Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-1288>

Diario de gastronomía (2018). Sobre el efecto multiplicador del turismo. Recuperado en noviembre de 2018 de <http://diariodegastronomia.com/efecto-multiplicador-del-turismo/>

Educaweb (s.f). Carreras universitarias de Turismo. Recuperado en octubre de 2018 de <https://www.educaweb.com/carreras-universitarias-de-turismo-gestion-ocio/>

Entorno turístico (s.f.). Características de los servicios turísticos. Recuperado en octubre de 2018 de <https://www.entornoturistico.com/caracteristicas-de-los-servicios-turisticos/>

Exceltur (2018). Estudio sobre el empleo del sector turístico español. Recuperado en septiembre de 2019 de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>

Exceltur (2018). Índice sintético del PIB turístico español (ISTE). Recuperado en noviembre de 2018 de <https://www.exceltur.org/indice-sintetico-del-pib-turistico-espanol-iste/>

Gómez, M. para El País (2018) El empleo en el turismo llega al nivel de la construcción en el “boom”. Recuperado en noviembre de 2018 de https://elpais.com/economia/2018/05/23/actualidad/1527099659_539749.html

Gómez, M para El País (2018) España vuelve a ser el país de la UE con la tasa de empleo temporal más alta nueve años después. Recuperado en noviembre de 2018 de https://elpais.com/economia/2018/08/17/actualidad/1534525294_604254.html

Hosteltur (2017). El turismo salva a la economía española esta década. Recuperado el 29 de junio de 2018 de https://www.hosteltur.com/125733_turismo-salva-economia-espanola-esta-decada.html

Hosteltur (2018). Las agencias piden que la nueva normativa sirva para detener a los ilegales. Recuperado en noviembre de 2018 de <https://www.hosteltur.com>

Instituto Nacional de Estadística (2018): https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863

Junta de Castilla y León (2015). Programa contra el intrusismo turístico 2016-2017. Recuperado en junio de 2018 de

https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/planes-estrategicos/programa-intrusismo-turistico-2016-17/128541_agencias-piden-nueva-normativa-sirva-detener-ilegales.html

Martín, C. Gómez, D. Plumed, M. y Fernández, J.J. (2017). Análisis de la formación en España. Revista Lusófona de Educação, 38, 163-180 Recuperado en octubre de 2018 de <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/article/view/6267>

Martínez, M. (2016) Mujer y turismo: ¿EMPODERAMIENTO O DESIGUALDAD? Recuperado en diciembre de 2018 de <https://zaguan.unizar.es/record/56472/files/TAZ-TFG-2016-2604.pdf>

Ministerio de Educación y Formación Profesional - Gobierno de España (s.f). Ciclos formativos de grado superior. Recuperado en octubre de 2018 de <http://www.todofp.es/que-como-y-donde-estudiar/que-estudiar/ciclos/grado-superior.html>

Naciones Unidas (1979) Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Recuperado en diciembre de 2018 de <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

Organización Mundial del Turismo (2015). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica. Recuperado en noviembre de 2018 de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES_OMT.pdf

Preferente.com (2018). Artículo “Primera gran multa por intrusismo como guía turística: hasta 600.000 euros”. Recuperado en noviembre de 2018 de <https://www.preferente.com/noticias-de-turismo/primera-gran-multa-por-intrusismo-como-guia-turistica-hasta-600-000-euros-279634.html>

Sánchez-Escalonilla, Hosteltur (2017). La ocupación hotelera, 10% inferior a lo previsto debido a la oferta ilegal. Recuperado en noviembre de 2018 de https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018804_ocupacion-hotelera-10-inferior-lo-previsto-debido-oferta-ilegal.html

Turespaña (2018). Empleo en Turismo. Encuesta de población activa. Recuperado en noviembre de 2018 de <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/otrasestadisticas/empleoturistico/encuestapoblacion/paginas/trimestrales.aspx>

Universia (2018). Los profesionales con mayor nivel de intrusismo. Recuperado en noviembre de <http://noticias.universia.cl/cultura/noticia/2018/06/20/1160345/profesiones-mayor-intrusismo-laboral.html>

VILA, N. A.; BREA, J. A. F. La formación turística en España: evolución y oferta universitaria actual. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 13, n. 3., p.289-307, dez 2013. Recuperado en noviembre de 2018 de <http://www.redalyc.org/html/1154/115429356001/>

