

## Trabajo Fin de Grado

### **Análisis del capital humano en el sector turístico de España, sus implicaciones en el mercado laboral y la influencia de la formación universitaria**

Analysis of human resources in Spain's tourism sector, its labour market implications, and the influence of university education.

Autor

Milexia Antiveros Bermúdez

Director

Agustín Albesa

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE ZARAGOZA  
GRADO EN TURISMO  
2023

**Resumen:** El presente trabajo de investigación analiza el capital humano en el sector turístico de España, centrándose en su impacto en el mercado laboral y la influencia de la formación universitaria. Este estudio es necesario debido a que los recursos humanos son fundamentales para aumentar la productividad de las empresas turísticas, en consecuencia, es imprescindible garantizar la calidad y estabilidad del empleo para el progreso del sector de manera sostenible. Los resultados permitirán analizar la efectividad de la formación universitaria para el desarrollo profesional y conocer las oportunidades de los graduados en turismo para su ingreso a la vida laboral.

**Abstract:** This research paper analyzes the human resources in the tourism sector of Spain, focusing on its impact on the labor market and the influence of university education. This study is necessary because human resources are essential for increasing the productivity of tourism companies. Therefore, it is essential to ensure the quality and stability of employment for the sustainable progress of the sector. The results will allow analyzing the effectiveness of university education in professional development and understanding the opportunities for tourism graduates to enter the workforce.

## Índice

<b>1.- INTRODUCCIÓN.</b>	<b>4</b>
1.1. OBJETIVO GENERAL.	5
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	5
1.3. HIPÓTESIS.	6
<b>2.- MARCO TEÓRICO.</b>	<b>7</b>
2.1. IMPACTO DE LA SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO ESPAÑOL EN LA GENERACIÓN Y CALIDAD DEL EMPLEO.	7
2.2. PERFIL DEL EMPLEADO EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS ESPAÑOLAS.	14
2.3. LA UNIVERSIDAD COMO ENTE PROTAGONISTA EN LA FORMACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.	24
2.4. PROGRAMAS DE FORMACIÓN DE LAS PRINCIPALES UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS QUE IMPARTEN EL GRADO EN TURISMO.	28
<b>3.- METODOLOGÍA.</b>	<b>31</b>
<b>4.- PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.</b>	<b>33</b>
<b>5.- RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.</b>	<b>40</b>
<b>6.- CONCLUSIONES.</b>	<b>41</b>
<b>7.- BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>47</b>

## 1.- Introducción.

El capital humano constituye un factor clave para las empresas debido a que representa las habilidades, conocimientos y experiencias que poseen las personas que han sido elegidas para prestar los servicios a la organización, sin embargo, para el sector turístico, esto va más allá, ya que estos no sólo se consideran por su importancia en la solución de las necesidades de la empresa, sino que a su vez añaden ventajas competitivas, fundamentales en la estrategia empresarial.

La industria turística es un sector económico de gran importancia en España, representó el 12, 2% del PIB en el año 2022, y genera millones de empleos directos e indirectos. En un entorno cada vez más competitivo y globalizado, la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción del cliente son elementales para mantener la posición de liderazgo de España en el mercado internacional (Exceltur, 2022).

Una empresa turística al contar con recursos humanos debidamente capacitados destacará y mejorará la calidad de sus servicios, incrementará su eficiencia y productividad, fortaleciendo su imagen. De aquí la importancia de un capital humano eficiente, que se desarrolle en un contexto laboral de estabilidad, con oportunidades para el desarrollo profesional.

Lo anterior está vinculado directamente con dos factores: En primer lugar la formación universitaria, debido a que los conocimientos adquiridos en estas instituciones deben estar orientados hacia las competencias laborales y en las necesidades empresariales, para que así contribuyan a la sostenibilidad del desarrollo profesional y como segundo factor las condiciones del mercado laboral turístico, específicamente lo relacionado con la oferta-demanda a la que se enfrentan los graduados en turismo al ingresar en él.

Con base a esos factores y siendo conscientes de que el capital humano se convierte en un recurso indispensable para el éxito de las empresas turísticas, se considera imprescindible hacer un análisis identificando las habilidades, conocimientos y competencias necesarias para desempeñar los diferentes roles que conforman la oferta turística, relacionándolo con el plan de estudios de las universidades españolas en la actualidad, su implicación y las oportunidades laborales que generan.

De esta manera se llega al punto de interés de la presente investigación, donde se analizará el capital humano en el sector turístico en España, se evaluará la formación universitaria en turismo con relación a las necesidades del mercado laboral. Se realizará una revisión bibliográfica y un estudio empírico que permitirá obtener información sobre la percepción de los empleadores y de los empleados del sector, en relación con la preparación y adecuación de estos últimos a las necesidades del mercado laboral.

Se pretende finalizar la investigación dando a conocer la realidad actual de las condiciones del mercado laboral turístico español y el papel de la formación universitaria, en aras de la mejora de las oportunidades de los graduados para el ingreso y desarrollo de su carrera profesional.

### **1.1. Objetivo General.**

Como objetivo general se propone: Analizar el impacto del capital humano en el sector turístico en España, sus implicaciones en el mercado laboral y la influencia de la formación universitaria con el fin de determinar su importancia en los recursos humanos de las empresas.

### **1.2. Objetivos específicos.**

Se plantea evaluar la situación del mercado laboral turístico en España, al igual que el impacto de las políticas empresariales en cuanto a la calidad del empleo y retención de talento y cómo afecta en el desarrollo de los recursos humanos.

Otro objetivo es identificar el perfil del empleado del sector turístico en España y determinar su nivel de cualificación, así como las principales habilidades y competencias demandadas por las empresas del sector.

Igualmente se tiene como objetivo analizar el papel de la formación universitaria en el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para incorporarse al sector turístico en España e identificar los subsectores que brindan mayores oportunidades de empleo a los graduados en turismo.

### **1.3. Hipótesis.**

Con la finalidad de orientar la investigación, se plantean las siguientes hipótesis:

1. El crecimiento del sector turístico en España ha generado una demanda creciente de personal cualificado en diferentes áreas laborales.
2. A más demanda de personal en las empresas turísticas más oferta formativa en las universidades.
3. La formación universitaria en el sector turístico en España se ha adaptado a las necesidades y demandas del mercado laboral.
4. Existe una falta de reconocimiento y valoración del capital humano por parte de las empresas turísticas, que está limitando el desarrollo de los profesionales y la estabilidad laboral del talento captado en una empresa
5. Existen desajustes entre la formación recibida y las habilidades y competencias requeridas por las empresas que estén generando una brecha entre la formación y el empleo.

## 2.- Marco Teórico.

### 2.1. Impacto de la situación del mercado turístico español en la generación y calidad del empleo.

El informe de la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) del año 2022, indicó que el peso del Producto Interno Bruto (PIB) asociado al turismo, medido a través de la demanda final turística, alcanzó los 97.126 millones de euros en el año 2021, que supuso un 8,0% del PIB, con un aumento de 2,2 puntos respecto a 2020. Además, la ocupación de las ramas económicas características del turismo alcanzó los 2,27 millones de puestos de trabajo, lo que supuso un 11,4% del empleo total de la economía, cinco décimas menos que en 2020 (INE, 2022).

Como se puede ver en el gráfico 1, el mercado turístico tiene un impacto significativo en la generación y en la calidad del empleo en España. Este auge garantiza la creación de puestos de trabajo e incluso la creación de nuevas empresas con el mismo resultado: generación de nuevos empleos.

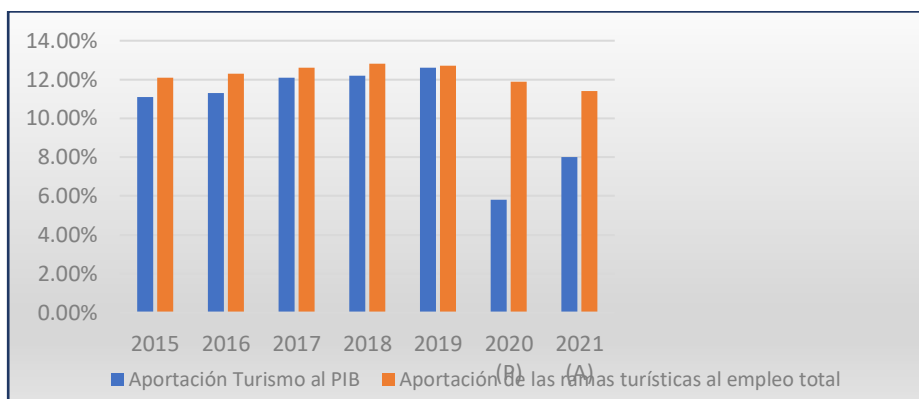


Gráfico 1. Aportación de la actividad turística al PIB y al empleo. Fuente CSTE – INE (2022)

A pesar de este impulso del turismo para la generación de empleo, el sector sigue luchando con la estacionalidad, esto influye directamente en la calidad de las contrataciones ya que muchas de las ocupaciones en el sector turístico están directamente relacionadas con las temporadas altas del turismo, lo que genera la creación de empleos precarios.

La Organización Mundial del Turismo (2020), en su informe sobre el futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias, señala que a pesar de que el impacto socioeconómico del turismo y su potencial de crecimiento posicionan el sector como un impulsor de crecimiento económico y de empleo en la economía mundial, su papel como generador de empleo y emprendimiento es a menudo infravalorado en la formulación e implementación de políticas públicas relevantes.

El sector turístico es un dinamizador del empleo en el corto plazo, que se enfrenta a fuertes limitaciones de crecimiento en el mediano plazo y que, si bien permite dar salida a una parte relevante de la población activa, se enfrenta una limitación al crecimiento de la productividad nacional media debido a los bajos requerimientos de cualificación profesional y de nivel de estudios demandado (Pou, 2012).

El Estudio sobre el empleo del sector turístico español realizado por Exceltur (2018), señala que las empresas relacionadas con el turismo se ven afectadas por una serie de factores estructurales e intrínsecos a la propia actividad turística. Según este mismo estudio, la mayor parte de estos factores tiene una traslación directa sobre las condiciones del empleo que se genera.

Estos factores son:

- La irregular distribución la demanda turística.
- El gran peso e importancia cuantitativa de la restauración.
- La intensidad de empleados de base que conforman la mayor parte de la masa laboral en los sectores de mayor tamaño y más relacionados con la actividad turística.
- La mayoritaria fragmentación del tejido empresarial y el predominio de pequeñas empresas.

Si analizamos estos factores, es evidente que, al estar la demanda turística distribuida en periodos específicos, las necesidades del sector se ajustarán a estos picos de demanda, razón principal de que muchos de los contratos en el sector turístico tengan el carácter temporal o fijos discontinuos.



La restauración tiene un peso significativo sobre el total de los que se consideran empleados en el sector, como referencia podemos ver en el siguiente gráfico de Statista (2023), donde se muestra que, en el año 2021, esta actividad dio empleo a más de un millón de personas.

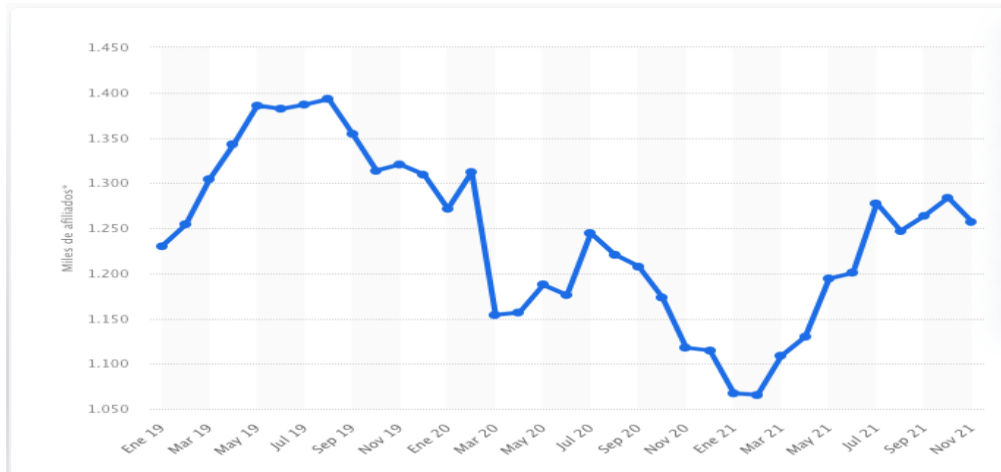


Gráfico2. Cifra mensual de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en el sector de los servicios de comidas y bebidas en España 2019 – 2021. Fuente: Statista 2023

El Ministerio de Industria y Comercio y Turismo de España publicó datos de Turespaña (2023) donde señala que, para el mes de marzo de 2023, los afiliados a la seguridad social vinculados a actividades turísticas aumentaron en febrero un 6,7%, respecto al mismo mes del año anterior y se sitúan en 2.464.562 y señala igualmente que en el último año el empleo turístico ha crecido 154.875 afiliados y supone un 12,2% del total de afiliados del conjunto de sectores de la economía española (Mincotur , 2023).

A pesar de que estos datos señalan que la variación de los afiliados fue positiva, se observa que los sub-sectores que han tenido más crecimiento son la hostelería con 88,990 afiliados y 54.254 en los servicios de comida y bebidas, mientras que el subsector de agencia de viajes presentó una subida de 5.628 trabajadores.

Esta tendencia positiva proviene mayormente de actividades de la hostelería y donde se incluyen igualmente bares y restaurantes, esto puede constituir un inconveniente para la determinación de lo que realmente representa el crecimiento del sector turístico como generador de empleo para profesionales universitarios, debido a que la mayor cantidad de empleados de esas actividades no requiere de una formación universitaria.

Seguidamente en la tabla 1, se analizan las consecuencias de los factores que caracterizan la situación del mercado turístico español y que finalmente impactan en la generación y calidad del empleo.

FACTOR	Irregular distribución de la demanda	Gran peso de la restauración	Intensidad de empleados de base en la restauración	Fragmentación del tejido empresarial
C O N S E C U E N C I A S	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor presencia de contratos temporales.</li> <li>- Un mayor uso de jornadas parciales.</li> <li>- Una mayor dificultad de aplicar programas y planes continuos de formación.</li> <li>- Una mayor complejidad de la gestión laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen y los rasgos generales del empleo del sector tienen una elevada incidencia la realidad de la restauración, y en menor medida, del alojamiento y el resto de los subsectores.</li> <li>- No se aprecia la contribución del sector en la generación de empleo de alto valor añadido, en otros sectores donde su existencia dependa directamente del turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las estadísticas globales sobre salarios y niveles de cualificación del sector se sitúan por debajo de la media respecto al resto de grandes sectores de la economía española)</li> <li>- No se perciba lo suficiente el papel de la industria turística en la generación de puestos de trabajo de alta cualificación.</li> <li>- No se valore el efecto sobre la creación de empleo en otros sectores profesionales que trabajan para el turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Fuerte incidencia de las microempresas hace que la sofisticación de las prácticas laborales sea menor frente a otros sectores del resto de la economía.</li> <li>- Las políticas de recursos humanos más avanzadas de la empresas medianas y grandes y de los sectores de menor número de empleados no se destaquen, ni se perciban lo suficiente en relación con el conjunto del sector.</li> </ul>

Tabla 1. Consecuencias de los factores estructurales e intrínsecos a la propia actividad turística. Fuente: Elaboración propia al partir del análisis de del Estudio sobre el empleo del sector turístico español realizado por Exceltur (2018).

En la tabla anterior se aprecia que estos factores influyen en la calidad y cantidad del empleo turístico. La variabilidad de la demanda puede llevar a la inestabilidad en las condiciones laborales de los trabajadores e igualmente generar obstáculos para las empresas a la hora de gestionar los contratos.

El gran peso de la restauración, si bien proporciona gran cantidad de empleos, estos suelen caracterizarse por su alta rotación, bajos salarios, horarios rotativos, que pueden tener un impacto negativo en la calidad del empleo y satisfacción de los empleados.

La intensidad de empleados de base en la restauración trae como consecuencia la falta de atractivo del sector para trabajadores cualificados, la falta de valoración del sector turismo para la generación de empleo y del efecto multiplicador de este en otros sectores relacionados, de esta manera se evidencia que es esencial promover la diversificación de la industria turística y promover el desarrollo de los sectores relacionados.

La fragmentación del tejido empresarial tiene como resultado que muchas empresas no cuenten con los recursos para implementar prácticas laborales más avanzadas en pro de garantizar una buena gerencia del capital humano, por lo que es necesario promover la colaboración de las empresas turísticas y estudiar maneras que ayuden a fomentar su diversificación y crecimiento.

En referencia a la situación salarial, es relevante tener en cuenta un estudio reciente publicado por Turijobs (2023). Según este informe, el salario promedio en la industria turística y hostelera de España es de 23.863 euros brutos anuales, lo cual representa un 4,7% menos que el salario promedio nacional de 25.041 euros, según datos del INE del año 2022.

A continuación, se presentan los gráficos 3, 4, 5, 6 y 7, donde se especifica la situación de los salarios diferenciados por macro sectores del turismo, por subsectores, perfil profesional, formación y tamaño de la empresa.

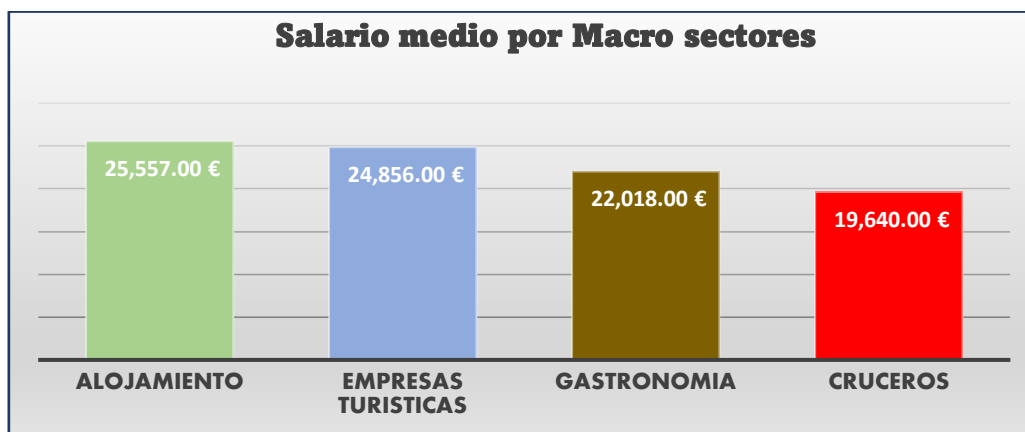


Gráfico 3. Salario medio por macro sectores. Fuente: Elaboración propia según datos de Turijobs 2023

El sector de alojamiento es el que muestra la media salarial más elevada dentro del sector, alcanzando los 25.557 euros. Le sigue el segmento de empresas turísticas (consultorías, empresas de alquiler de vehículos, agencias de viaje y turoperadores) con una media de 24.856 euros. El sector de la gastronomía presenta una media de 22.018 euros, mientras que el sector de cruceros registra la cifra más baja con 19.640 euros como salario medio anual.

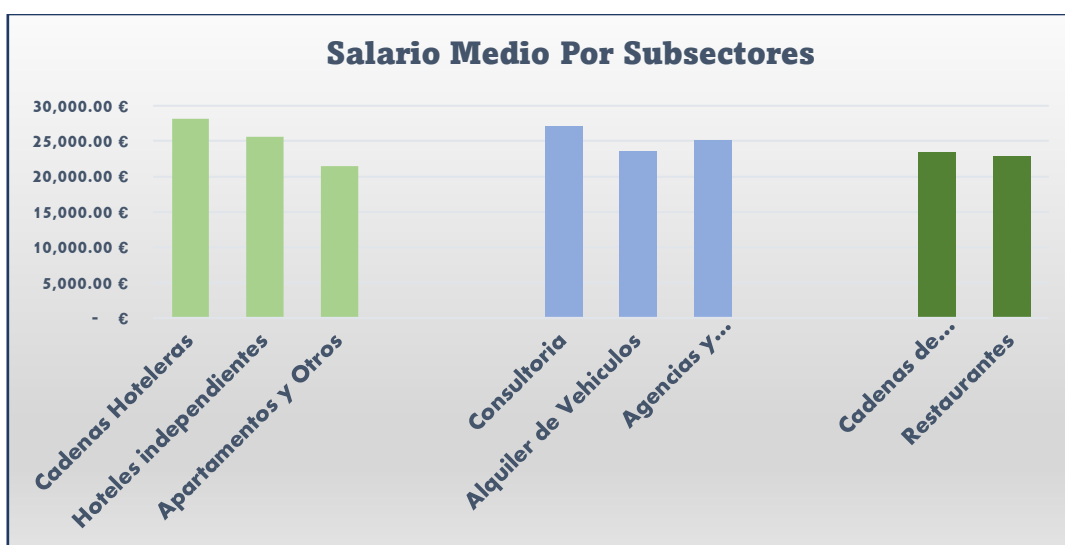


Gráfico 4. Salario medio por subsectores. Fuente: Elaboración propia según datos del Turijobs 2023

En el sector de alojamiento, las cadenas hoteleras tienen la media salarial más alta, alcanzando los 28.135 € anuales. En el caso de las empresas turísticas, las consultorías presentan el sueldo medio más elevado, con un valor de 27.084 € anuales. En el ámbito de la gastronomía, las cadenas de restaurantes superan a los restaurantes independientes, con un salario medio de 23.462 €.

En los siguientes gráficos 5, 6 y 7 se pueden ver los salarios diferenciados por perfil profesional, nivel de formación y tamaño de la empresa.

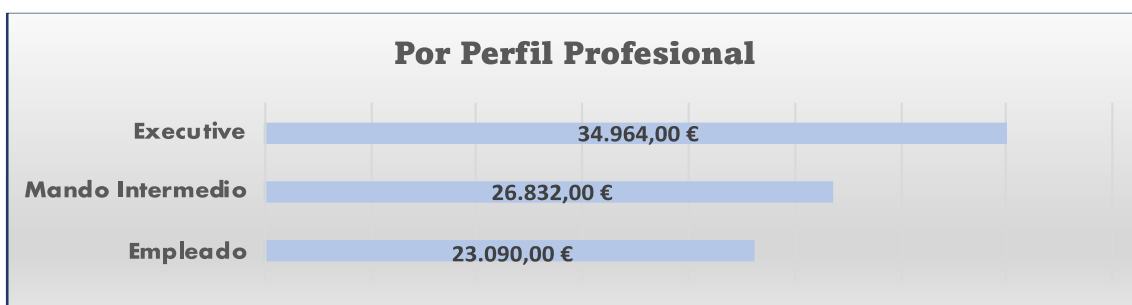


Gráfico 5. Salario medio por perfil profesional. Fuente: Elaboración propia según datos del Turijobs 2023

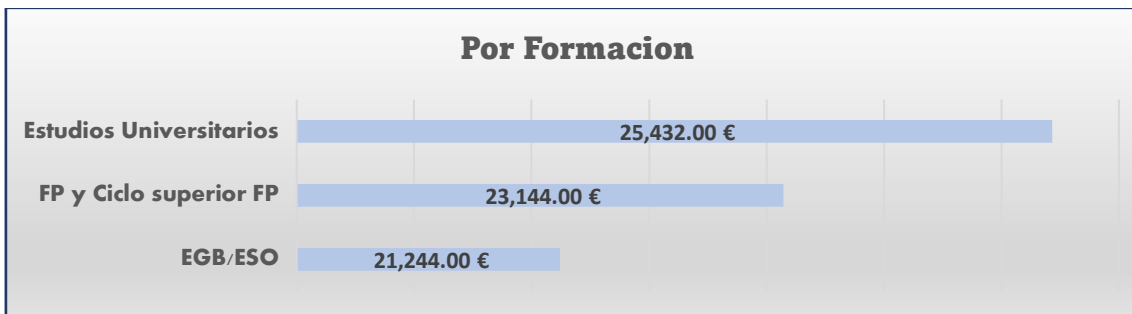


Gráfico 6. Salario medio por formación. Fuente: Elaboración propia según datos del Turijobs 2023

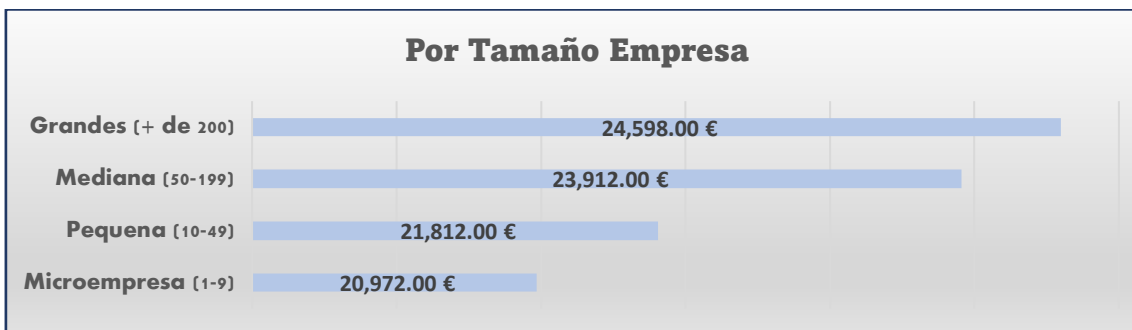


Gráfico 7. Salario medio por tamaño de empresa. Fuente: Elaboración propia según datos del Turijobs 2023

En cuanto al perfil profesional, los ejecutivos presentan la media salarial más elevada, con un promedio de 34.964 euros anuales, seguidos por los mandos intermedios, con una media de 26.832 euros. En cuanto a la formación, aquellos empleados con estudios universitarios obtienen la mayor media salarial, con un valor de 25.432 euros anuales. Por último, en lo que respecta al tamaño de la empresa, se observa que las empresas grandes ofrecen la media salarial anual más alta, con un promedio de 24.598 euros anuales.

## **2.2. Perfil del empleado en las empresas turísticas españolas.**

Analizar las habilidades y competencias que exigen las empresas turísticas para la captación de recursos humanos es un tema que puede resultar muy extenso al tratarse de un sector muy heterogéneo, tanto en actividades como en ocupaciones (Exceltur, 2018).

El egresado del grado en turismo es un profesional integral que posee conocimientos en distintas áreas plenamente capacitado para ingresar al mundo laboral, no obstante, se puede encontrar con dos situaciones en la búsqueda de empleo: la exigencia de experiencia y conocimientos específicos para cargos profesionales o contrariamente la numerosa oferta de empleos de baja cualificación profesional.

Esta situación puede estar relacionada con la falta de implementación de políticas que coadyuven al impulso del sector. En este sentido la Organización Mundial del Turismo, en su informe sobre el futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias (2020) al considerar que el papel del turismo en la generación de empleo y emprendimiento a menudo se subestima, propuso como objetivo posicionar al turismo en la agenda de los gobiernos, identificando políticas e iniciativas necesarias para la creación de empleo y el desarrollo de las competencias en el turismo.

Al ser el desarrollo de competencias un factor clave y fundamental para el avance del sector turístico, estas competencias recaen evidentemente en el capital humano, de allí deviene la importancia de conocer las principales habilidades y competencias que exigen las empresas y si estas van en línea con las adquiridas en los estudios de grado.

Para Bañuls (2007) existen cuatro factores que deben ser examinados y están interconectados en el estudio del capital humano en turismo: 1.-Las condiciones del factor capital humano en turismo, 2.- Las condiciones de la demanda de capital humano en turismo, 3.- El marco educativo en turismo, 4.- La estructura laboral del entorno turístico en el que se encuentra el personal.

A continuación, se presentan en la ilustración 1, los aspectos que se consideran necesarios para entender el capital humano en el turismo.

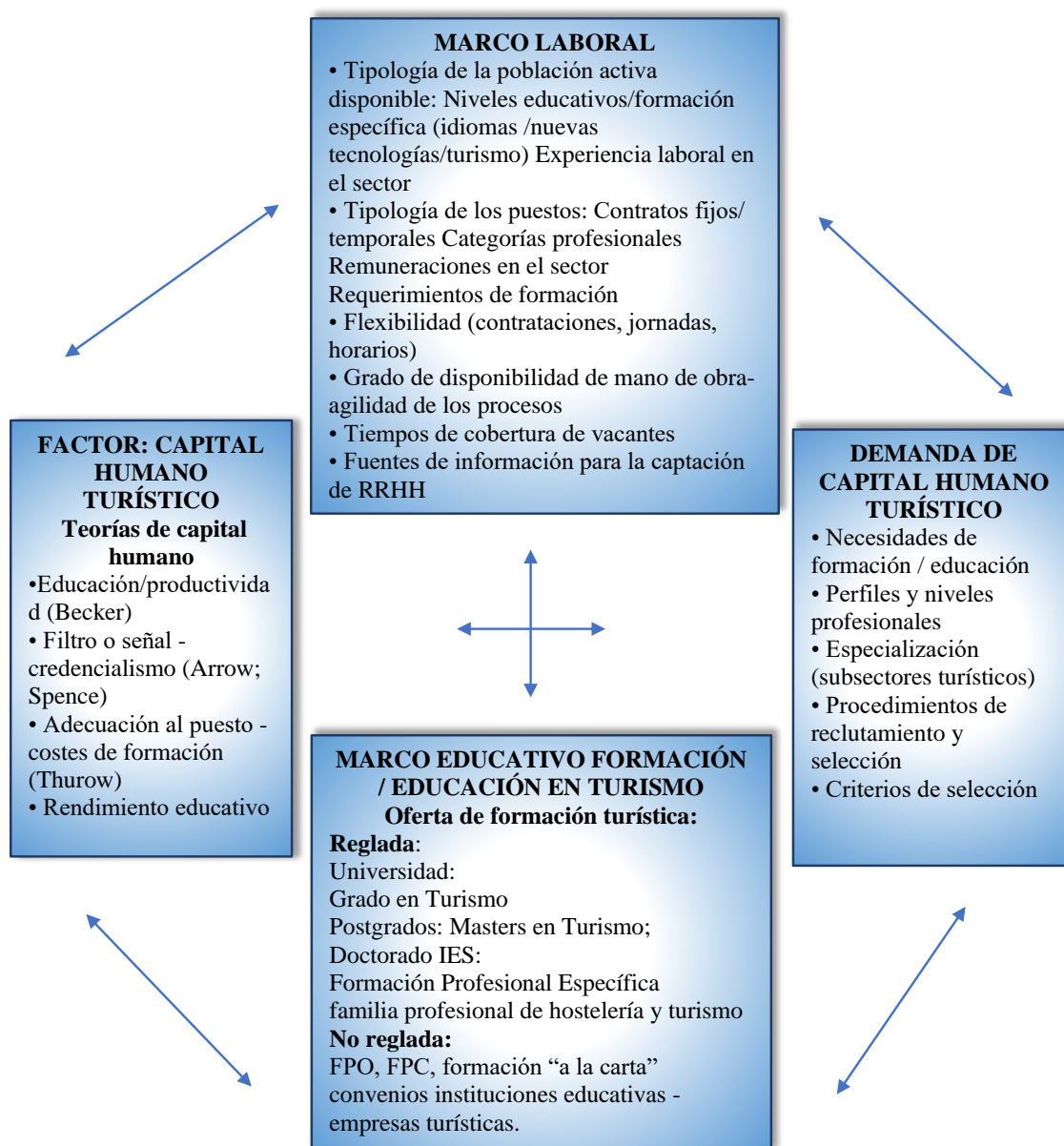


Ilustración 1. Cuadro ángulo de análisis del capital humano turístico. Fuente: Bañuls, Rodríguez y Giménez (2007)

La Organización Mundial del Turismo, en el informe sobre el futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias (2020) encuestó a nivel global a los principales grupos de interés del sector, donde se determinó que los perfiles más demandados en los próximos cinco años en el sector turístico son: Digital/IT, atención/servicio directo al cliente y analista de datos.

Seguidamente en el gráfico 8 podemos ver el resultado de esta encuesta:

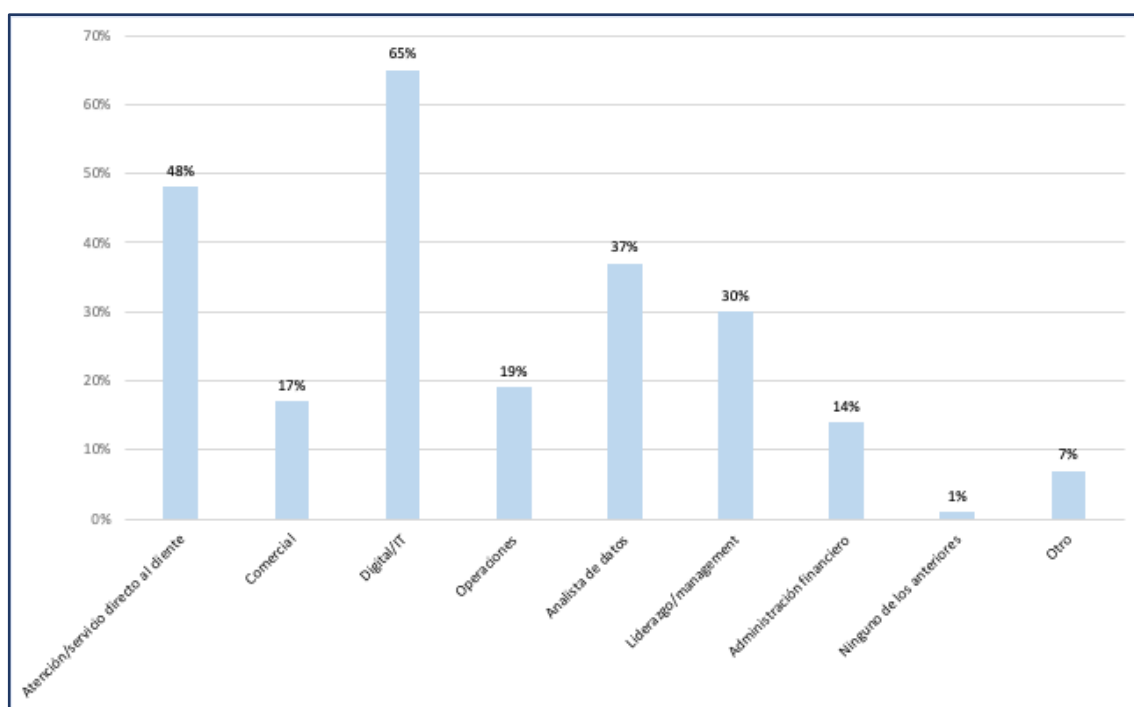


Gráfico 8. Resultado de encuesta sobre el perfil más demandado por las empresas. Fuente: Elaboración propia basado en el gráfico publicado por la OMT (2020)

En cuanto a las habilidades más demandadas, esta encuesta ha seleccionado algunas como el enfoque al cliente, las capacidades tecnológicas y digitales, la creatividad e innovación, la flexibilidad y capacidad de adaptación, la capacidad de trabajar en equipo y el compromiso con el trabajo. Los resultados para estudiantes y trabajadores indican que le dan más importancia al enfoque al cliente, creatividad e innovación, mientras que la empresa privada prioriza también el enfoque al cliente, pero como segunda opción elige el compromiso al trabajo (OMT 2020).



En España el portal de Turijobs (2019), indica que los perfiles laborales más buscados en el sector del turismo son las de *F&B Manager* (gestión y control de comida y bebida), chef, marketing manager, *revenue manager* y recepción, y que las habilidades que te convierten en un candidato perfecto es ser una persona positiva, creativa, con capacidad de trabajo en equipo, disponibilidad de movilidad geográfica, compromiso, actitud de servicio, esfuerzo por mejorar, habilidades económicas y formación constante, manifestando que aunque el sector cuenta cada vez con profesionales más cualificados, hoy son los *soft skills* lo más valorado por las empresas.

La Escuela de Negocios de Turismo Ostelea (2023), considera que el perfil de un graduado en turismo incluye una variada mezcla de habilidades entre las cuales se destacan:

- Tener manejo de procesos de gestión administrativa para ofrecer servicios competentes y de calidad.
- Llevar a cabo diagnósticos con miras a convertirlos en estrategias aplicadas a los distintos proyectos turísticos.
- Diseñar acciones innovadoras que sean ejecutables de la gestión turística.
- Elaborar planes de negocios encaminados a hacer aperturas en mercados potenciales.
- Ejecutar técnicas de investigación de mercados aplicadas al turismo y así hacer toma de decisiones más acertadas.

En lo referente a las competencias esenciales, señala que el profesional del turismo debe poseer una alta vocación al cliente, manejar los principales entornos digitales, hablar varios idiomas, formarse constantemente y tener agilidad en las relaciones laborales (Ostelea, 2023)

La Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU) ha realizado un estudio sobre la opinión de las empresas catalanas sobre la formación de las personas tituladas en turismo, donde se preguntó sobre la relevancia de determinados factores en la contratación de personas recién tituladas en turismo, encontrándose entre ellos:

- Saber idiomas.
- Competencias personales
- Competencias sociales.
- Competencias cognitivas
- Haber efectuado prácticas
- Poseer una titulación específica
- Haber realizado estancias internacionales
- Prestigio de la universidad.

El factor más valorado para las nuevas contrataciones es el de saber idiomas con valoración de 9,1, seguidos por las competencias personales, sociales y cognitivas. El prestigio de la universidad no representa un factor determinante en la contratación (AQU, 2019).

Igualmente se señala que las empresas han manifestado haber tenido dificultades en la contratación, específicamente 7 de cada 10 empresas. Lo que más llama la atención de estos datos es que un porcentaje alto de esta circunstancia (47,6%) se debe precisamente a la falta de competencias necesarias para el puesto de trabajo, esto probablemente debido a la falta de conocimiento de idiomas, que es el factor más demandado.

En cuanto a las personas ya tituladas y empleadas, este estudio recabó igualmente la opinión de las empresas sobre las competencias transversales y específicas que deberían mejorarse en la titulación de turismo, debido a que presentan mayor cantidad de fallas según los empresarios que han participado en la encuesta.

En la siguiente tabla, se puede observar los porcentajes aportados por las empresas con relación a las competencias transversales (capacidad de aprendizaje):

Competencia transversal	Porcentaje de empresas
Formación teórica	3,4
Documentación	3,4
Habilidades numéricas	6,8
Uso de las herramientas informáticas más habituales	13,6
Expresión escrita	13,6
Expresión oral	20,3
Liderazgo	22,0
Trabajo en equipo	27,1
Capacidad de aprendizaje y autoaprendizaje	40,7
Capacidad de generar nuevas ideas y soluciones	42,4
Responsabilidad en el trabajo	42,4
Formación practica	45,8
Trabajo autónomo	50,8
Idiomas	50,8
Resolución de problemas y toma de decisiones	61,0

Tabla 2. Competencias transversales que deberían mejorarse en la titulación de turismo. Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de la Agencia para la calidad del sistema universitario de Cataluña (2019).

Según los datos arrojados en este estudio, 61% de las empresas considera que debe mejorarse la competencia de resolución de problemas y toma de decisiones, mientras que el 51% hace referencia a los idiomas. También se señalan como objeto de mejora las competencias de trabajo autónomo, formación práctica, responsabilidad en el trabajo y capacidad de generar nuevas ideas y soluciones.

Seguidamente podemos ver en la tabla 3, los resultados de la encuesta relacionados con las competencias específicas:

Competencia específica	Porcentaje de empresas
Reconocimiento de los principales agentes que participan directamente en la configuración del mercado turístico.	15,1
Comprensión del impacto del turismo en su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.	16,4
Capacidad para entender la dimensión multicultural del turismo.	17,8
Aplicación de los principios de gestión y administración en la organización o actividad turística.	19,2
Posesión de una visión interdisciplinaria del sector y de la necesaria sostenibilidad económica, social y medioambiental.	21,9
Consecución de la excelencia en las relaciones con el consumidor de productos y servicios turísticos.	28,8
Elaboración y análisis de los resultados derivados de la gestión de la empresa o actividad turística.	28,8
Identificación de la potencialidad de un producto, servicio o recurso turístico.	32,9
Conocimiento de todas las dimensiones del producto/servicio y de los procesos de sus producción y venta.	<b>37,0</b>
Capacidad analítica para entender el comportamiento y la tendencia de la demanda del sector.	<b>37,0</b>
Capacidad analítica para interpretar datos.	<b>39,7</b>
Inquietud por la mejora continua de los procesos del servicio turístico.	<b>43,8</b>
Capacidad para trabajar en situaciones complejas, intensivas e imprevistas.	<b>63,0</b>

Tabla 3. Competencias específicas que deberían mejorarse en la titulación de turismo. Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de la Agencia para la calidad del sistema universitario de Cataluña (2019).

Vemos que el 63% de las empresas encuestadas declaran la necesidad de mejorar la capacidad para trabajar en situaciones complejas, a su vez el 44% considera importante mejorar la inquietud por la mejora continua, esto seguido de la capacidad de interpretar datos para entender el comportamiento de la demanda del sector, para conocer todas las dimensiones del producto/servicio y de los procesos de producción y venta.

Un estudio realizado por Hosteltur (2018) a más de 200 empresas del sector turístico, arrojó que los factores que más valoran las empresas en la selección de estudiantes recién graduados en Hostelería y Turismo son los idiomas en un 69%, seguido por los conocimientos transversales del sector 38%, prácticas en el extranjero casi 31% y un perfil analítico 15%.

Como conocimientos transversales del sector se entiende que las empresas valorarán la capacidad de aprendizaje de los candidatos, trabajar en equipo, resolver conflictos, tomar decisiones y adaptarse a nuevos proyectos y el perfil analítico por su parte, es cuando un candidato es crítico y evalúa los hechos con datos contrastados, lo que aporta fiabilidad a las empresas.

Seguidamente en el gráfico 9 podemos observar el porcentaje que tienen estos factores que valoran las empresas en la contratación de personal.

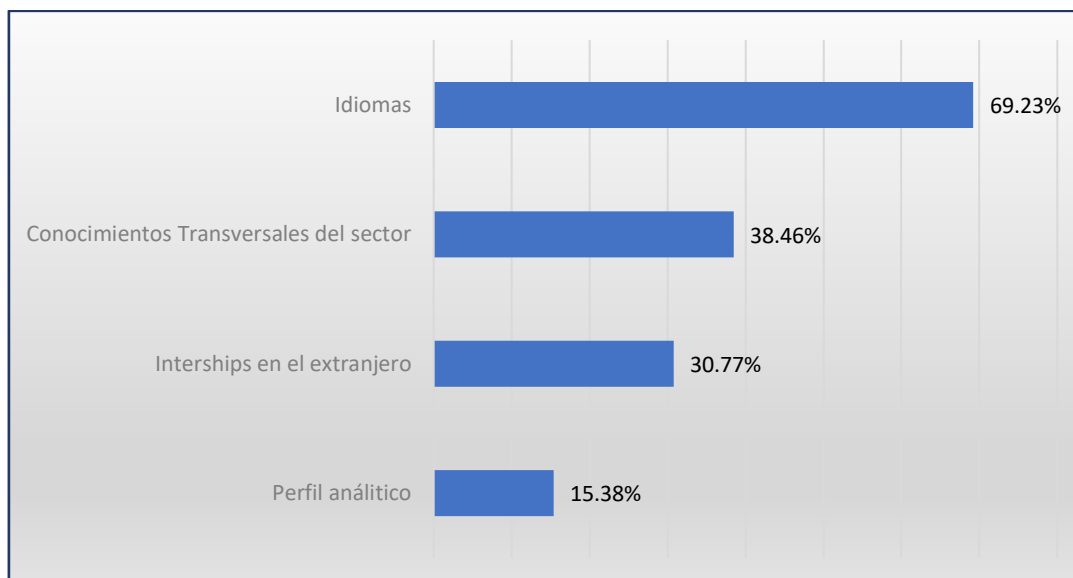


Gráfico 9. Factores que más valoran las empresas. Fuente: Estructura de mercados turísticos.

En lo referente a las salidas profesionales del graduado en turismo, se debe tomar en cuenta que se enfrenta a un sector enfocado en los servicios, razón por la cual las actividades de las principales empresas que lo forman son prestadas por personas y debido a su esencial contacto con el turista, existe una gran variedad de empleos turísticos (Olmos Juárez L, 2016).

Seguidamente en la tabla 4, se señalan algunos de los empleos a los que puede acceder un profesional del turismo, y que, si bien no en todos se necesita una formación universitaria, pueden representar una oportunidad para incursionar en el sector cuando aún se estudia la carrera o para recién graduados que deseen obtener más experiencia.

<b>Área de información/ comercialización</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía local</li> <li>- Guía acompañante.</li> <li>- Guía de receptivo</li> <li>- Guía en emplazamiento de bienes de interés cultural</li> <li>- Guía de naturaleza</li> <li>- Guía transferista</li> <li>- Informador turístico</li> <li>- Jefes de oficinas de información</li> <li>- Promotor Turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnico de empresa de consultoría turística</li> <li>- Agente de desarrollo turístico local.</li> <li>-Azafata/asistente en medios de transporte terrestre o marítimo.</li> <li>- Asistente en terminales (estaciones, puertos y aeropuertos)</li> <li>- Encargado de facturación en terminales de transporte</li> <li>- Asistente en ferias, congresos y convenciones</li> <li>- Encargado de servicio en eventos.</li> </ul>
<b>Área de Alojamiento</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Director de alojamientos de establecimientos turísticos</li> <li>- Jefe de recepción</li> <li>- Recepcionista</li> <li>- Encargado de reservas</li> <li>- Coordinador de calidad</li> <li>-Gobernanta/subgobernanta o encargada general del servicio de pisos y limpieza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Camarera de pisos</li> <li>- Gestor de alojamiento en casas rurales</li> <li>- Coordinador de eventos</li> <li>- Comercial de establecimientos de alojamientos turísticos</li> </ul>
<b>Área de intermediación</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jefe de oficina de agencia de viajes o central de reservas</li> <li>- Jefe de departamento en agencia de viajes o central de reservas</li> <li>- Agente de viajes</li> <li>- Forfetista</li> <li>- Consultor de viajes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizador de eventos</li> <li>- Vendedor de servicios de viaje y viajes programados</li> <li>- Promotor comercial de viajes y servicios turísticos</li> <li>- Empleado del departamento de booking o reservas.</li> </ul>
<b>Área de animación</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitor de empresas de turismo activo</li> <li>- Director de empresas de turismo activo</li> <li>- Animador de hotel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Animador de veladas y espectáculos</li> <li>- Animador de actividades al aire libre</li> <li>- Jefe de departamento de animación turística</li> </ul>

Tabla 4. Puestos profesionales en hostelería y turismo. Fuente: Estructura del mercado turístico (Olmos Juarez L, 2016)

Los profesionales del turismo también pueden acceder a puestos de trabajo que se consideran emergentes y que están adaptados a las nuevas tecnologías, alguno de ellos son los siguientes:

- Director de marketing turístico
- Especialista en marketing digital de destinos turísticos
- Analista de datos en estrategias de marketing turístico
- Gerente de ventas en línea de servicios turísticos
- Desarrollador de aplicaciones para empresas turísticas
- Desarrollador de producto turístico

En cuanto a la administración pública tenemos los siguientes puestos de trabajo:

- Planificación de destinos turísticos para administraciones públicas
- Consultoría técnica de proyectos y destinos turísticos
- Gestión y dirección de oficinas de turismo
- Director de turismo
- Inspector de turismo
- Gestor cultural
- Responsable de áreas naturales protegidas
- Responsable de gestión de monumentos
- Profesor universitario

Resulta motivador para los estudiantes de turismo o incluso para aquellos que consideran iniciar la carrera, comprender que su formación les permitirá acceder a una amplia gama de oportunidades laborales, no limitadas únicamente a los empleos relacionados directamente con el sector, sino que abarcan también aquellas posiciones que, de manera indirecta, demandan la intervención de profesionales con una formación integral en el área.

### 2.3. La Universidad como ente protagonista en la formación de los recursos humanos de las empresas turísticas.

La formación de un capital humano competente es esencial para el desarrollo y sostenibilidad de la industria turística, aquí la universidad juega un papel determinante debido a que permite que los estudiantes tengan acceso a una educación integral que imparte conocimientos teóricos y prácticos sobre el turismo y también habilidades y valores necesarios para el desempeño profesional.

Una de las formas habituales de cuantificar el capital humano es la medición de la variable educación, ya sea a través de los máximos niveles educativos alcanzados por los individuos o mediante la consideración de los años que éstos han dedicado a su formación reglada (Lillo-Bañuls, 2011).

Para el año 2011, las estadísticas revelaban que el capital humano en el sector turístico se caracterizaba por sus bajos niveles formativos en comparación con otras actividades académicas, lo cual según (Lillo-Bañuls, 2011), se podía deber a dos circunstancias: 1.- Que en el sector turístico abundan los puestos de trabajo con muy escasos requerimientos formativos, especialmente en las actividades de hostelería y restauración y 2.- La incapacidad para atraer trabajadores cualificados debido a razones pecuniarias y/o a otras características de los puestos de trabajo.

En la siguiente tabla, donde se observa, según la encuesta de Calidad de Vida en el Trabajo, realizada por el Ministerio de Trabajo e Inmigración, que el 50% de los asalariados del sector se concentraban en los dos niveles de estudios más bajos.

Nivel de Educación	Total	Turismo	Hostelería y restauración
Primarios (E <sub>1</sub> )	19,76%	23,64%	27,36%
Secundarios (E <sub>2</sub> )	20,67%	27,61%	29,41%
F. Profesional (E <sub>4</sub> )	19,62%	18,32%	15,80%
Bachillerato (E <sub>5</sub> )	13,37%	16,75%	17,78%
Universitarios (E <sub>6</sub> )	26,58%	13,69%	9,64%

*Tabla 5. Trabajadores por nivel de estudios. Fuente: Lillo-Bañuls, A., & Casado-Díaz, J. M., según encuesta de Calidad de Vida en el trabajo (2006-2009) Ministerio del Trabajo e Inmigración.*



A pesar de estos datos, la formación universitaria ha sido determinante en los cambios que se han suscitado en los últimos años en el turismo; tal como lo señala en su estudio Marrero Rodríguez (2016), los cambios organizativos y tecnológicos acaecidos en el sector se deben a las mejoras de los niveles educativos formales en algunas ocupaciones, y una reconsideración de la cualificación en las actividades de servicios.

Pero la función de la universidad va más allá de ser un ente formador, ya que también se incluyen las competencias de colaboración con la empresa privada y entes públicos, son centros de investigación desde donde se emana nuevo conocimiento o resolución de problemas complejos, contribuyendo así a la solución de problemas sociales, culturales y económicos.

La universidad efectivamente cumple una labor de colaboración con las empresas, como por ejemplo los convenios de prácticas para asegurar que los estudiantes adquieran experiencia demandada por los empleadores, además de las bolsas de turismo que ayudan al ingreso del estudiante al mundo laboral (BOE, 2014).

Estos acuerdos entre la Universidad y las empresas contribuyen, en cierta medida, a dar credibilidad a la formación del grado en turismo, ya que se alinean con las necesidades y demandas del mercado laboral (ETUZ, 2023).

A finales del siglo pasado, empresas, responsables políticos y asociaciones comprometidas con la actividad turística, no permanecían ajenas a las recomendaciones de la Comisión Europea y el Foro sobre la gestión integrada de la calidad en el turismo, que propusieron en su momento dar más valor a los oficios relacionados con el turismo y reconocían que el sector turístico estaba necesitado de más y mejor formación, que sea capaz de adaptarse a la cambiante conducta que mueve la demanda turística, otra cosa muy distinta es la partitura que estaban dispuestos a interpretar (Sarasa, 1998).

Para Sarasa (1998) existía falta de credibilidad de las empresas respecto a la formación académica en turismo, aún no existía el grado en turismo, sino el diplomado, que no contaba con la confianza de los empresarios e incluso de los docentes que la impartían.

En la actualidad se puede observar la evolución de los estudios de turismo, las opciones de formación son más amplias y parece que más enfocadas en las necesidades del sector; el sistema está mucho más estructurado y los perfiles profesionales están mucho más definidos (Hernández, 2010), a pesar de que durante la década anterior la mano de obra turística seguía siendo un tema relativamente secundario en la investigación académica (Ladkin, 2011).

La investigación académica sobre la empleabilidad de los graduados en turismo se considera relevante debido a que puede proporcionar información valiosa sobre las oportunidades de empleo a los futuros estudiantes, así como sobre los sectores que ofrecen más oportunidades de empleo, las habilidades y competencias más demandadas por las empresas y los desafíos a los cuales se enfrentarán los graduados.

Con la investigación académica las universidades pueden adaptar sus programas educativos para que vayan en la línea actual del mercado laboral, además puede ayudar a contribuir a la preparación de los estudiantes con las habilidades y competencias que buscan las empresas, lo que a su vez coadyuvaría a que estas últimas recluten el talento que necesitan, lo cual mejoraría las perspectivas de empleo.

En la actualidad la mayoría de las universidades que ofertan el grado en turismo poseen un área dedicada a la investigación. El Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, tiene como objetivo cubrir desde el ámbito de la investigación y la formación especializada, las demandas existentes en el entorno social y económico y a incentivar de forma paralela la investigación básica sobre el turismo como objeto de conocimiento, desde distintas disciplinas científicas y áreas (IUIT, 2022).

Muchas de estas investigaciones se publican en revistas que suben en sus respectivas páginas webs, es el caso de la Revista Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural, editada por el instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de la Laguna (España) y el Instituto Universitario de Maia (Portugal) (PASOS, 2023).

La Universidad de Murcia por su parte, posee la de Cuadernos de Turismo, la Universidad Autónoma de Barcelona, también tiene un departamento centrado en líneas de investigación sobre el turismo; la Universidad de Valencia cuenta con la Unidad de Investigación en economía de la cultura y turismo, la Universidad de Zaragoza cuenta con la revista de economía aplicada, donde varias de sus publicaciones se realizan sobre el turismo y sus implicaciones (REVECAP, 2022).

Como hemos visto, existe un trabajo de investigación científica en el turismo efectuado por algunas de las universidades que imparten el grado en turismo en España, que se consideran de importancia ya que pueden contribuir a la adaptación del grado a las nuevas tendencias del mercado y la industria.

La autora Mínguez (2021), haciendo referencia a (Edelheim, 2020) ha constatado que en España, la oportunidad de modificar los planes de estudio universitarios ha sido contemplada en términos muy generales por los medios de comunicación, las administraciones públicas y las universidades. Esto responde a una llamada a la educación basada en valores como parte de un futuro camino hacia un turismo y una educación sostenibles. Sin embargo, hasta ahora no se ha debatido en profundidad el papel de los estudios de turismo, si se dota o no a los estudiantes de las competencias requeridas por el mercado laboral actual.

Sin embargo, varias universidades españolas han realizado cambios en sus planes de estudio para adaptarse a los nuevos requisitos laborales y tendencias del sector turístico. La Universidad de A Coruña solicitó y obtuvo la aprobación de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Galicia en mayo de 2020. Asimismo, la Universidad de Castilla - La Mancha modificó recientemente el plan de estudios del grado en turismo con la aprobación de la Agencia Nacional de Evaluación de Calidad y Acreditación en enero de 2021. Por su parte, la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza también realizó cambios en su plan de estudio del grado en turismo, implementando el plan 616 a partir de 2020.

## **2.4. Programas de formación de las principales universidades españolas que imparten el grado en turismo.**

Conocer el plan de estudios de las principales universidades españolas que imparten el grado en turismo es relevante para entender las tendencias en la formación del turismo al tratarse de un sector que se encuentra en constante evolución, a lo que debe adaptarse la actividad docente.

Igualmente puede servir de herramienta para comparar las asignaturas que se imparten con las habilidades y competencias que piden los empresarios a los profesionales del turismo, y así conocer si existen fortalezas y debilidades que ameriten su modificación o adaptación.

Los estudiantes al estar informados sobre las opciones y como se desarrollará su formación, serán capaces de tomar mejores decisiones. Asimismo, es importante, para conocer las asignaturas que se cursarán durante la carrera, lo que ayuda a identificar el enfoque que mejor se adapta a los objetivos e intereses del estudiante.

En España existe una oferta variada de universidades que imparten el grado en turismo, por lo que seguidamente analizaremos algunos programas de formación para hacernos una idea del perfil del egresado actual de este tipo de profesional.

En la siguiente tabla, se observa el plan de estudios de la Universidades de Barcelona, Islas Baleares, Complutense y Zaragoza.

	Universidad de Barcelona	Universidad de las Islas Baleares	Universidad Complutense (Madrid)	Universidad de Zaragoza (ETUZ)
<b>Lugar donde se imparte</b>	Escuela Universitaria de Hostelería y Turismo	Facultad de Turismo	Facultad de Comercio y Turismo	Escuela de Turismo de Zaragoza
<b>Objetivos</b>	Formar profesionales integrales que afronten retos del desarrollo económico, social, cultural y ambiental del turismo basados en: la digitalización, sostenibilidad, innovación y un desarrollo responsable.	Proporcionar al alumno formación específica en el sector económico más importante de las Islas Baleares: sector turístico, con opción de cursar el grado en turismo bilingüe y recibir el 75% de la formación en el idioma inglés	Proporcionar al alumno conocimientos en materias procedentes de diversas áreas, principalmente en las ramas de Ciencias Sociales y jurídicas y de Arte y Humanidades	Formar expertos y líderes del sector turístico a través de cuatro líneas estratégicas: 1.- Turismo sostenible e inclusivo. 2.- Innovación tecnológica. 3.- Formación en idiomas y proyección internacional del estudiante. 4.-Prácticas en empresas e instituciones turísticas.
<b>Formación básica</b>	60 Ects	60 Ects	60 Ects	60 Ects
<b>Obligatorias</b>	78 Ects	126 Ects	126 Ects	126 Ects
<b>Optativas</b>	72 Ects	30 Ects	36 Ects	30 Ects
<b>TFG</b>	12 Ects	6 Ects	6 Ects	6 Ects
<b>Prácticas</b>	18 Ects	18 Ects	12 Ects	18 Ects
<b>Total</b>	240 Ects	240 Ects	240 Ects	240 Ects

Tabla 6. Objetivos y Oferta académica de universidades españolas que ofertan el grado en turismo.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de páginas webs (Universidad de Barcelona, 2023), (Universitat de les Illes Balears, 2023), (UCM, 2023), (Unizar 2023)

Otras universidades que imparten el grado en turismo en España son: la Universidad de Alicante, Universidad de Almería, Universidad de Burgos, Universidad de Cádiz, Universidad de Cantabria, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad de Salamanca, Universidad de Deusto y así todas las Comunidades Autónomas, tienen acceso a estos estudios de grado, donde podemos observar que el plan y objetivos de estudio se plantean de manera similar, con alguna que otra diferencia referente a la denominación de las materias y las opciones en asignaturas optativas.

España también cuenta con la presencia de institutos privados extranjeros que ofrecen programas de estudio en turismo, es el caso de Les Roches Marbella, que ofrece programas especializados en turismo y hotelería, que incluyen cualificaciones de Diploma, BBA en Dirección Hotelera Global y Empresas Turísticas BBA y másteres, todo ello enfocado en empresas de lujo o gran lujo (Les Roches, 2023).

En esa misma línea tenemos la Schiller International University con sede en Madrid, que señala poner énfasis en el desarrollo de competencias internacionales y transculturales a través de la enseñanza de idiomas extranjeros, la transferencia entre campus u otras oportunidades académicas internacionales y la interacción intensa entre personas de diversos orígenes (Schiller International University, 2023).

### 3.- Metodología.

Se ha considerado que la metodología más adecuada para la presente investigación es aquella que combine el análisis cualitativo y cuantitativo, lo que permitirá alcanzar una visión integrada del tema y al mismo tiempo garantiza la fiabilidad de los resultados. De esta manera, se podrá abordar la complejidad de los aspectos estudiados y la comprensión del tema.

El método cuantitativo permitirá analizar la evidencia empírica recopilada y obtener resultados objetivos, en este caso se medirá a través de la realización de encuestas que ayudarán a confirmar o descartar las hipótesis planteadas y al logro de los objetivos.

Se realizará una encuesta a empleados del sector turístico. Para la determinación de la muestra se pretende encuestar a trabajadores de la Comunidad Autónoma de Aragón, este muestreo será por conveniencia debido a su fácil disponibilidad, se enviará a compañeros, conocidos y amigos que trabajan en el sector y que podrán reenviar la encuesta a sus amigos y conocidos. La técnica que se utilizará será la de encuesta anónima e igual para toda la población.

Se trata de una encuesta sencilla de sólo 10 preguntas, debido a que se considera que esta cantidad de preguntas cumple con los objetivos planteados, y garantiza el mayor porcentaje de respuestas y encuestas efectuadas.

La realización de estas encuestas tiene como objetivos los siguientes:

- Conocer los requerimientos de cualificación profesional, indagando acerca del nivel de estudios de los encuestados y si su formación está relacionada con el turismo.
- Verificar qué sub-sector del turismo posee mayor porcentaje de empleados entre los encuestados.
- Indagar sobre el tipo de contrato que poseen los encuestados, el tiempo de servicio y si las empresas donde trabajan tienen incorporada la formación como política de recursos humanos.

- Indagar sobre las habilidades que consideran los trabajadores que deben desarrollar para mejorar su desempeño laboral.
- Identificar que mejoras necesarias para garantizar la calidad del empleo turístico.

Estos objetivos coadyuvarán a conseguir los objetivos específicos planteados, como conocer el perfil del empleado del sector turístico, las habilidades y competencias requeridas y las que más presentan limitaciones, la presencia de graduados en turismo en el sector y las políticas empresariales que se consideran adecuadas para la calidad del empleo turístico.

En cuanto a la adecuación al método cualitativo se efectuará el análisis de todas las fuentes incorporadas a la investigación con el objetivo de llegar a las conclusiones que permitan determinar si efectivamente se relacionan con el contexto del tema en estudio. Además, se realizará una entrevista a un empresario del sector turístico para conocer su opinión acerca del fenómeno de estudio.

Esta entrevista constará de 10 preguntas, donde el empresario podrá expresar libremente su opinión y tiene como objetivos los siguientes:

- Indagar sobre su percepción acerca del estado actual del capital humano en el sector turístico.
- Evaluar su opinión sobre la importancia del grado en turismo para la formación del capital humano en las empresas turísticas.
- Identificar los desafíos que enfrenta el sector turístico en términos de capital humano, según su perspectiva.
- Determinar la existencia de vacíos entre las habilidades y competencias requeridas por las empresas turísticas y las que poseen los profesionales que ingresan al sector.
- Conocer sobre las habilidades o competencias que podrían mejorarse en el grado en turismo para facilitar el ingreso de los graduados al sector turístico, según la opinión del empresario.



#### 4.- Presentación de resultados de la encuesta.

Las encuestas se realizaron en el periodo del 5 al 15 de mayo de 2023, se obtuvo una muestra de 94 personas, quienes cumplieron con el requisito para participar: ser trabajador del sector turístico en Aragón. El cuestionario se adjuntará en los anexos del trabajo.

Seguidamente se pueden apreciar en los gráficos 10,11 y 12, los resultados a las preguntas sobre el tiempo de los encuestados trabajando en el sector, su sexo y edad.

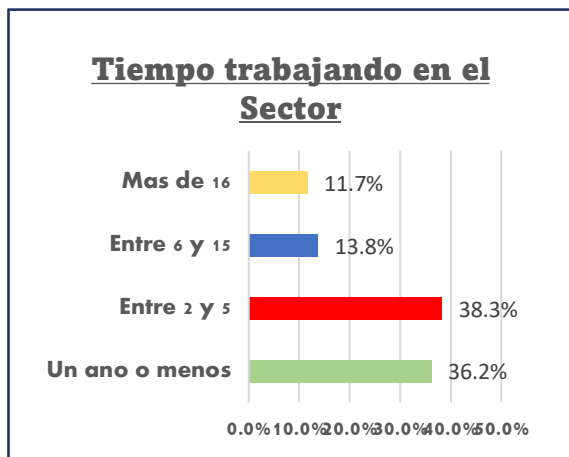


Gráfico 10. Tiempo trabajando en el sector turístico.  
Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

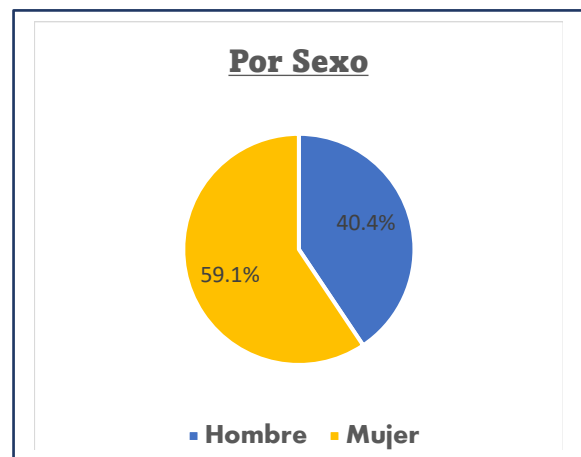


Gráfico 11. Sexo de los encuestados. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

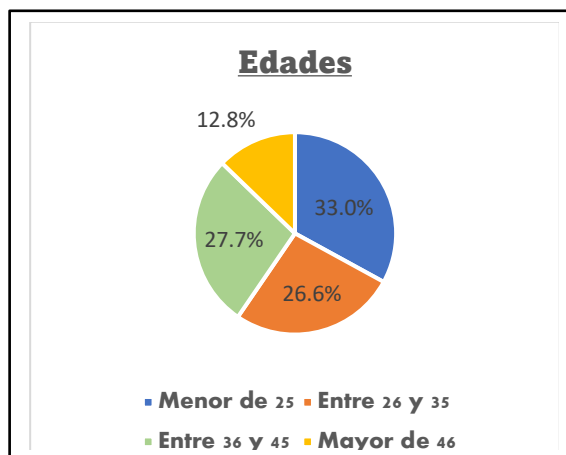


Gráfico 12. Edades. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

En cuanto a la distribución de género en el sector encuestado, un 59,1% son mujeres y un 40,4% son hombres. Los encuestados son mayoritariamente jóvenes, con edades comprendidas entre menores de 25 años (33%) y 26-35 años (26,6%). Se destaca que el 36,2% lleva trabajando en el sector un año o menos, mientras que el 38,3% lleva entre 2 y 5 años, sólo el 13,8% tiene más de 6 años en el sector y el 11,7% más de 16 años. Estos resultados indican que el sector se encuentra fuertemente orientado hacia grupos que se incorporan al mundo laboral o llevan poco tiempo en él. Asimismo, se observa una alta rotación, ya que los grupos de población más experimentados están menos representados. En concreto, sólo el 27,7 % eran mayores de 36 años y únicamente el 12,8% eran mayores de 46 años.

A continuación, se presentan los gráficos 13 y 14, relacionados con el subsector del turismo donde trabajan los encuestados y el tipo de contrato laboral, además se agrega el gráfico 15, que refleja el subsector con mayor número de graduados, datos extraídos de la pregunta que ha generado el gráfico 13.

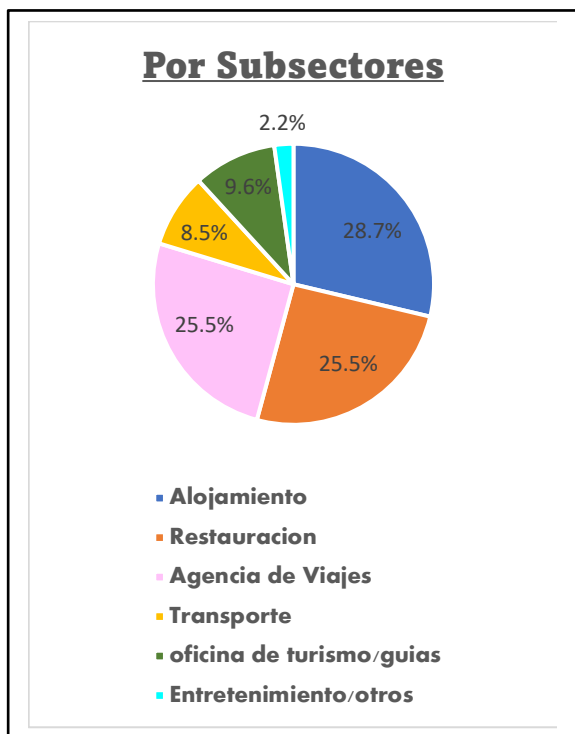


Gráfico 13. Subsectores. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

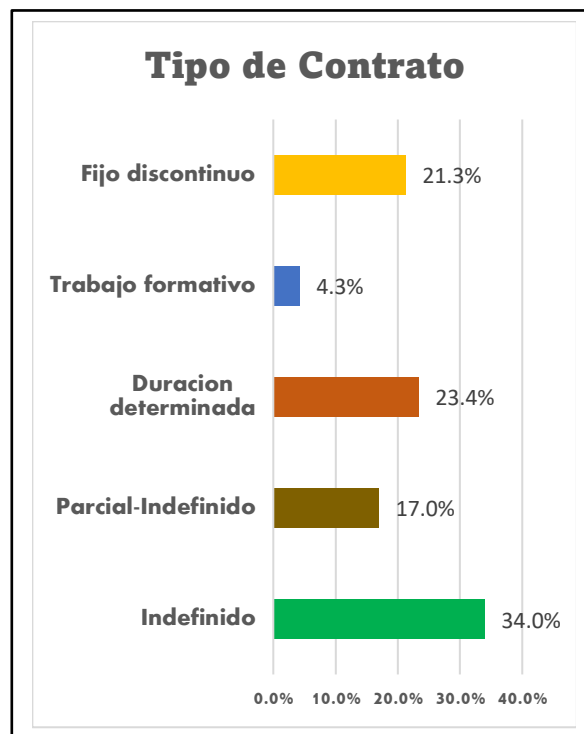


Gráfico 14. Tipo de contrato. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

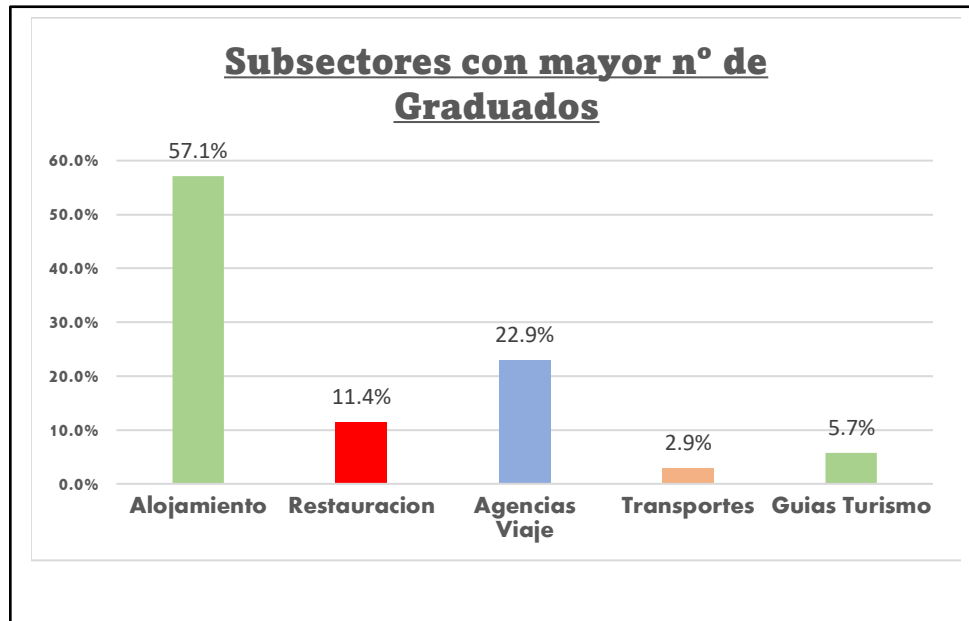


Gráfico 15. Subsectores turísticos con mayor número de graduados. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

Por subsectores, el alojamiento representa con gran diferencia el mayor porcentaje de empleados con un 57,1. En un porcentaje menor se encuentra el subsector de agencias de viajes, con un 22,9% de empleados, sin embargo, se considera un porcentaje bastante significativo, lo que indica que hay una demanda considerable de profesionales en este campo. Los demás subsectores con menor representación son los de restauración 11,4%, guías de turismo 5,7% y transporte con un 2,9%.

En cuanto a los tipos de contratos más frecuentes, se observa que un 34% son contratos indefinidos y un 17% son parciales-indefinidos. Se destaca que el sector presenta una fuerte tendencia a la precariedad laboral, influenciado por la estacionalidad. De hecho, los contratos de duración determinada representan un 23,4% y los contratos fijos discontinuos un 21,3%, lo que supone más del 44% de los contratos de los encuestados.

A continuación, se presenta el gráfico 16, que muestra la formación previa recibida por la población antes de ingresar al su primer empleo en empresas turísticas.

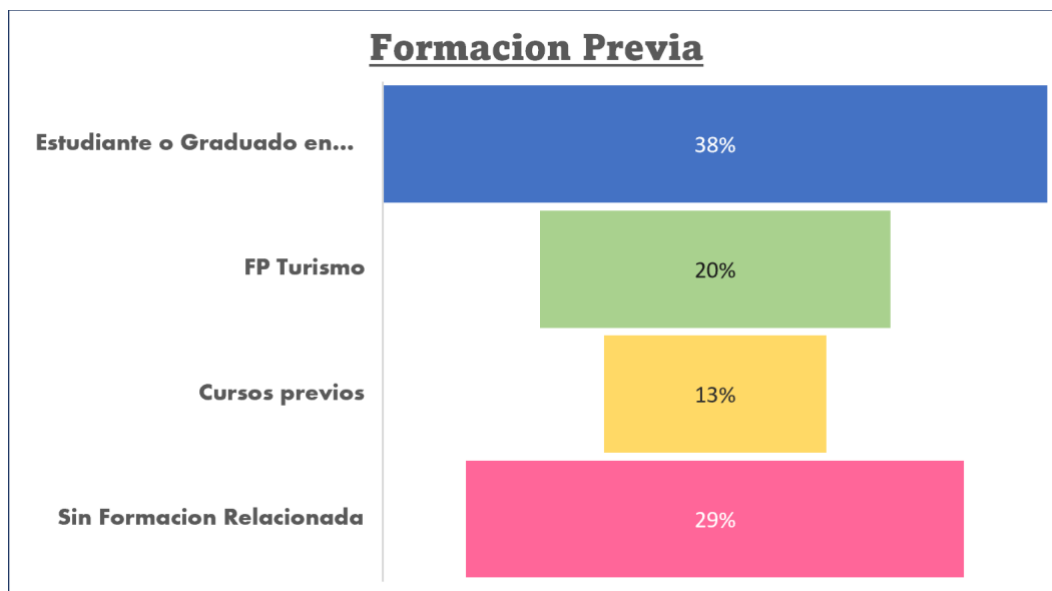


Gráfico 16. Formación previa. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

Únicamente un 38,3% de los encuestados cuenta con formación previa en turismo, mientras que un 20,2% tiene algún tipo de formación profesional relacionada. Por su parte, un 28,7% no tenía formación relacionada con el turismo y un 12,8% contaba únicamente con algún curso previo.

Estos datos sugieren que el sector turístico no se caracteriza por un alto nivel de especialización en cuanto a las necesidades formativas de sus empleados. Si bien una proporción significativa de trabajadores tiene algún tipo de formación en turismo o FP, la mayoría no cuenta con una formación específica en el área.

Seguidamente se presenta el gráfico 17, que refleja el tipo de formación que los encuestados han recibido en la empresa donde trabajan.

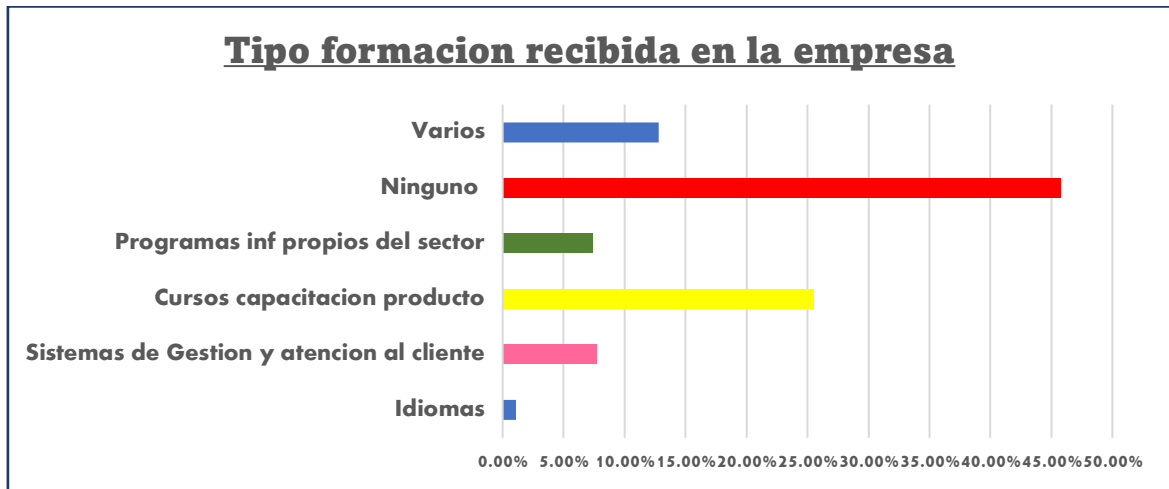


Gráfico 17. Formación recibida en la empresa. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

La mayoría de los encuestados (46.20%) indicó no haber recibido ningún tipo de formación. Sólo un 11.50% declaró haber recibido varios tipos de formación, siendo los cursos de capacitación destinados a conocer el producto o servicio que ofrece la empresa el más frecuente con un 26.90%. Por otro lado, los programas informáticos y sistemas de atención al cliente fueron recibidos por un 7,70% cada uno.

En contraposición, llama la atención la ausencia de formación en idiomas ofrecida por las empresas encuestadas. Sin embargo, los idiomas se perciben como una habilidad fundamental para el desarrollo profesional, destacando como la competencia más necesaria a desarrollar.

En el gráfico 18, se muestran las competencias que más consideran los empleados a desarrollar para un buen desempeño en su trabajo.

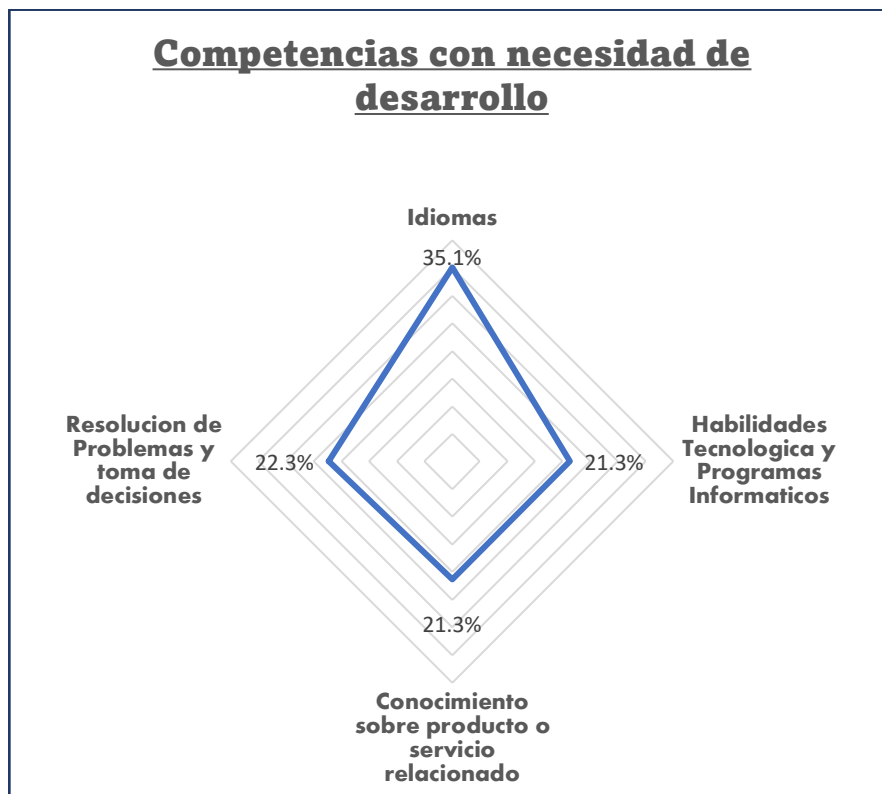


Gráfico 18. Competencias que el empleado debe desarrollar. Fuente: Encuestas (elaboración propia) 2023

El desarrollo de competencias en idiomas es percibido como la necesidad más demandada con un 35,1% de las respuestas indicando esta área como prioritaria. Las otras competencias planteadas, se sitúan en porcentajes similares, siendo la menos destacada el área tecnológica con un 21,3% de las respuestas. Esta situación podría deberse a que son las mismas empresas las que ofrecen capacitación para el desarrollo en tecnologías turísticas con productos semiestandarizados como Amadeus, Galileo, Travel Port o SAP en el caso de la gestión hotelera.

Finalmente se presenta el gráfico 19, con los resultados a la pregunta referida a las medidas que los encuestados consideran necesarias para mejorar el capital humano en el sector turístico de España.

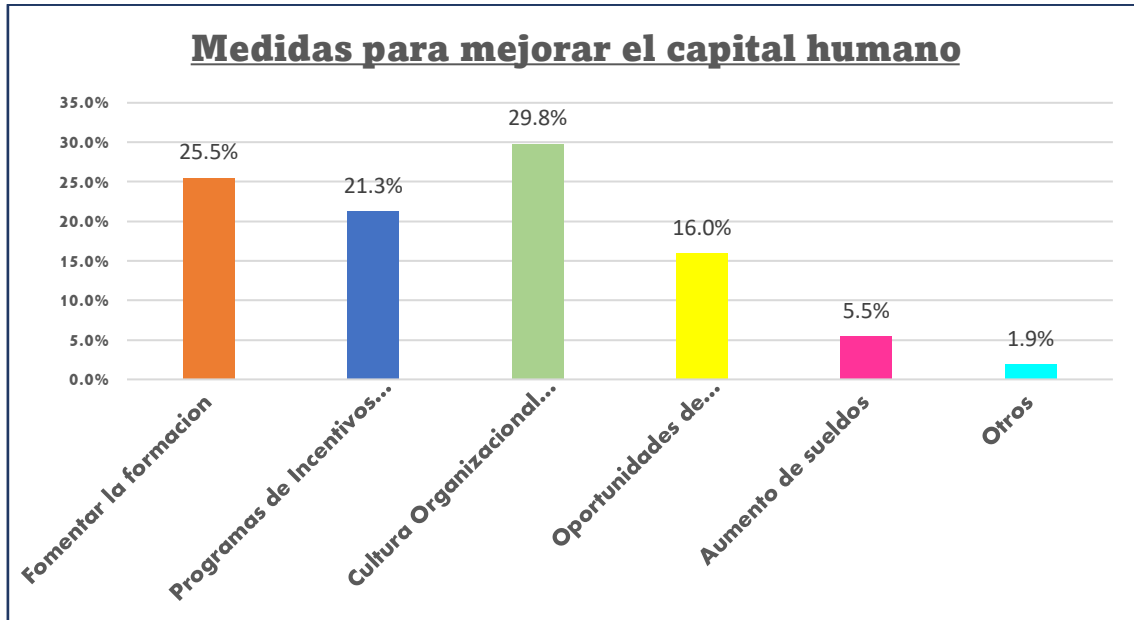


Gráfico 19. Medidas eficientes para mejorar el capital humano en el sector turístico. Fuente: Encuestas

La medida que la población encuestada ha considerado más necesaria para mejorar el capital humano en el sector turístico, con un 28,8% de las respuestas, es la implementación de mejoras en la cultura organizacional. Esto podría estar relacionado con el predominio de pequeñas y medianas empresas en el sector. En segundo lugar, con un 25,5%, se encuentra la mejora formativa como fundamento de la capacitación y carrera profesional.

Cabe destacar que el 5,5% de los encuestados considera que los aumentos salariales son necesarios para la mejora del capital humano, mientras que el 21,3% perciben como necesarios ciertos programas de incentivos para evitar la rotación del personal, lo que indica una preocupación por la estabilidad laboral.

## 5.- Resultados de la entrevista.

Durante la investigación para este Trabajo de Fin de Grado, se llevó a cabo una entrevista con Juan Pablo Cruz, un empresario del sector agencia de viajes con más de 30 años de experiencia en el sector turístico. Actualmente es socio de una franquicia de Agencia de Viajes Carrefour en la ciudad de Zaragoza, sin embargo, ha trabajado en otros sub-sectores del turismo.

La reunión con el empresario tuvo lugar el 16 de mayo de 2023 en la sede de la agencia Viajes Carrefour, situada en la calle San Miguel de Zaragoza. Se utilizó el sistema de grabación para capturar todos los detalles de la conversación. Con la finalidad de asegurar la precisión y la integridad de los datos recopilados, la entrevista fue transcrita en su totalidad y se adjunta como anexo en este trabajo.

La entrevista con Juan Pablo proporcionó información valiosa sobre el desarrollo del capital humano en el sector turístico en los últimos años. Enfatizó la importancia del grado en turismo como una herramienta fundamental en la capacitación de los recursos humanos en el sector. Además, señaló que las alianzas entre empresas y las universidades, son un camino válido que beneficia tanto a las empresas como a los estudiantes, lo cual tiene adoptado en su sociedad en alianza con la Escuela de Turismo de Zaragoza (ETUZ).

Uno de los aspectos más relevantes de la entrevista es que el empresario resaltó la importancia de orientar el grado en turismo un poco más hacia la visión empresarial. Hizo hincapié en que los estudiantes deben adquirir habilidades emprendedoras y que a su vez se destaque el desarrollo de competencias comunicativas.

Los datos y opiniones aportados por Juan Pablo Cruz en esta entrevista ofrecen una visión empresarial sobre el papel del grado en turismo en la formación del capital humano, lo que se tomará en cuenta en las conclusiones de este trabajo.



## 6.- Conclusiones.

Concluida la investigación se procederá a dar respuesta a los objetivos y se determinará el resultado de las hipótesis, lo que garantiza la objetividad y solidez de los resultados.

El primer objetivo condujo a evaluar la situación del mercado laboral turístico en España, el impacto de las políticas empresariales en la calidad del empleo y sus consecuencias en el desarrollo de los recursos humanos. En este sentido, las políticas estatales y empresariales son determinantes en la situación del mercado laboral turístico y son estas las que más influyen en la calidad y estabilidad del empleo, sin embargo, de la revisión de las fuentes secundarias y el análisis de la entrevista realizada se constató que estos actores también se enfrentan a factores negativos que afectan la calidad del empleo como la estacionalidad y la infravaloración del Estado en políticas para el desarrollo del empleo turístico, tal como lo señala la OMT (2020).

Lo anterior nos lleva a concluir que es imprescindible trabajar hacia un enfoque coherente y equilibrado que promueva la calidad del empleo y la sostenibilidad del sector. Algunas medidas que se proponen implementar por parte del Estado, previo análisis y diagnóstico de la situación actual, es la creación y cumplimiento de un marco legal y regulatorio favorable, la aplicación de incentivos fiscales y financieros, la promoción de alianzas público-privadas y el impulso a la investigación y desarrollo. Estas acciones permitirán fomentar la creación de empleo de calidad, la estabilidad y el desarrollo sostenible del sector turístico en el país.

Para la buena gestión de las empresas se recomienda que ofrezcan condiciones laborales justas, que implique salarios y beneficios adecuados, entorno de trabajo seguro y promover la igualdad de oportunidades; igualmente invertir en la gestión de la estacionalidad, al implementar programas para garantizar el empleo en los periodos de menor actividad; promover la responsabilidad social empresarial, así como la colaboración y el diálogo con los trabajadores que contribuya a la motivación y confianza de los empleados.

La implementación conjunta de estas medidas por parte del Estado y las empresas, que se recomienda den también participación a las universidades y profesionales turísticos, son fundamentales para mejorar la calidad y estabilidad del empleo en el mercado turístico de España y hacer frente a los desafíos actuales.

Otro aspecto por considerar es la baja exigencia de cualificación profesional en muchas ofertas de empleo, especialmente en el subsector de la restauración. Esto plantea dudas sobre la eficacia del turismo como generador de empleo para graduados universitarios. Sin embargo, los estudios realizados por la AQU (2019) y Ostelea (2023) indican que sí existen oportunidades para los graduados en áreas más específicas, como la gestión de empresas turísticas, el marketing turístico, el turismo sostenible y otros roles técnicos y de asesoramiento, coincidiendo con la opinión de los empresarios, según el resultado de la entrevista realizada. Esto evidencia que el turismo ofrece inclusión laboral para personas con diferentes niveles de formación y experiencia.

El segundo objetivo planteado fue identificar el perfil y nivel de cualificación de los empleados del sector turístico, así como las habilidades y competencias demandadas por las empresas. Los resultados de la encuesta revelaron una baja especialización en las necesidades formativas de los trabajadores del sector turístico. Aunque se encontró que una proporción considerable de encuestados tenía formación en turismo o Formación Profesional, la mayoría carecía de una formación específica en el ámbito turístico. Además, se observó que algunas empresas no ofrecían suficientes cursos de capacitación para sus empleados.

Sin embargo, de la entrevista realizada se aprecia que los empresarios del sector turístico perciben de manera positiva la evolución de los estudios de turismo. Además, se destaca que en la actualidad hay un mayor número de profesionales capacitados para ocupar puestos con una visión más amplia y profesional, lo cual, a opinión de las empresas, contribuye significativamente a combinar buen servicio con la sostenibilidad que se requiere en el sector.

Se espera que en los próximos años se demanden perfiles relacionados con el ámbito digital, tecnologías de la información, atención al cliente y análisis de datos (OMT 2020). Entre las habilidades más solicitadas se destacan el enfoque al cliente, competencias tecnológicas y dominio de idiomas, estos últimos considerados como la competencia más necesaria para el correcto desenvolvimiento laboral, según la encuesta realizada en esta investigación, mientras que las habilidades tecnológicas son reconocidas por los empresarios del sector como determinantes en la retención de talento.

De la entrevista realizada y de las investigaciones de OMT (2020) y AQU (2019) se evidencia, que los empresarios del sector reconocen la experiencia como un factor de vital importancia para el desarrollo de las competencias y habilidades de los trabajadores. En este sentido, se otorga gran relevancia al conocimiento previo del producto o servicio que pueda poseer el candidato, lo que hace que las prácticas en empresas sean altamente valoradas por los empleadores, ya que garantizan que el egresado no sólo adquiera los conocimientos de la formación universitaria, sino que también cuente con experiencia en el entorno laboral.

La opinión del empresario destacó la importancia de mejorar el enfoque del grado en turismo para brindar a los alumnos una sólida formación en visión empresarial que implique desarrollar habilidades comunicativas orientadas a la negociación y la gestión, con el objetivo de ampliar su perspectiva del mundo empresarial desde la óptica del empresario y no sólo del empleado. De esta manera, se busca fomentar la creación de emprendedores y cultivar el espíritu empresarial en los futuros profesionales del turismo.

Estos factores deben ser conocidos por los estudiantes de turismo y los egresados de esta carrera universitaria, a fin de que los tengan en cuenta al enfocar sus perspectivas laborales y que comprendan la importancia de estar preparados y capacitados en habilidades tecnológicas, comunicacionales y fundamentalmente en idiomas, para poder cumplir con los requisitos y las demandas del mercado laboral en constante evolución en el sector turístico.

El tercer objetivo se centró en analizar el papel de la formación universitaria en el desarrollo de habilidades y competencias para el sector turístico en España, así como identificar los subsectores con más oportunidades de empleo, aquí se destaca la importancia de la formación debido a que los cambios organizativos y tecnológicos recientes impulsan la demanda de profesionales altamente capacitados y la colaboración entre universidades y empresas es crucial para facilitar la transición de los estudiantes al mundo laboral, lo que se está logrando a través de convenios de prácticas y acceso a bolsas de empleo, como es el caso de la ETUZ (2023) que tiene convenio de prácticas con diferentes empresas que son renovados constantemente e igualmente universidades como la de Barcelona, Islas Baleares y Complutense, entre otras.

Además, varias instituciones académicas han adaptado sus programas educativos a las necesidades específicas del sector, con el fin de actualizarse y ofrecer una formación de calidad y adecuada, entre las que se pudieron verificar en esta investigación se encuentran la Universidad de A Coruña y la Universidad de Zaragoza (ETUZ) en 2020 y la Universidad de Castilla La Mancha en 2021.

Con relación a los cambios necesarios en los programas de estudios universitarios del grado en turismo, se ha identificado la importancia de mejorar el dominio de idiomas, siendo esta la competencia más demandada por las empresas. Para lograrlo, se propone que los egresados alcancen un nivel equivalente al C1 en inglés y B2 en un segundo idioma. Para ello, se sugiere la implementación de programas bilingües donde se impartan asignaturas en inglés desde el inicio de la carrera, así como fortalecer los planes de evaluación en las asignaturas de idiomas. Esta medida garantizaría una práctica constante y un dominio efectivo del idioma, que brinde a los estudiantes una sólida base en la competencia más solicitada por las empresas y ayudándolos a enfrentar los desafíos profesionales en el sector turístico.

En lo referente a las hipótesis planteadas al inicio de la investigación se indica lo siguiente: El crecimiento del sector turístico en España ha generado una demanda creciente de personal cualificado en diversas áreas laborales. Esto se confirma ya que el sector turístico ha incrementado la generación de empleo en los últimos años, impulsado por el aumento de turistas que visitan el país, lo que ha llevado nuevos puestos de trabajo y la necesidad de contar con profesionales para ofrecer servicios de calidad y competitivos.

La segunda hipótesis: A más demanda de personal en las empresas turísticas más oferta formativa en las universidades, se confirma, ya que la creciente demanda de personal cualificado en el sector turístico ha impulsado la oferta formativa en las universidades españolas. Existen una gran variedad de universidades que ofrecen el grado en, así como programas de posgrado y formación continua para profesionales.

La hipótesis relacionada con que la formación universitaria en el sector turístico en España se ha adaptado a las necesidades y demandas del mercado laboral, se confirma, las universidades españolas se han adaptado a las demandas del mercado laboral y se mantienen en constante actualización de sus planes de estudio, con el objetivo de ofrecer una formación de calidad que responda a las necesidades del sector.

En cuanto a la hipótesis sobre si existe una falta de reconocimiento y valoración del capital humano por parte de las empresas turísticas, que esté limitando el desarrollo de los profesionales y la estabilidad laboral del talento captado en una empresa, puede confirmarse en algunos casos, ya que es cierto que algunas empresas turísticas pueden tener una falta de reconocimiento y valoración del capital humano, especialmente en términos de sueldos y beneficios laborales. Sin embargo, también existen empresas que valoran y retienen el talento, ofreciendo planes de carrera y oportunidades de crecimiento profesional a sus trabajadores.

La quinta hipótesis sobre si existen desajustes entre la formación recibida y las habilidades y competencias requeridas por las empresas que estén generando una brecha entre la formación y el empleo, se confirma parcialmente, ya que aunque los graduados en turismo egresan capacitados para la vida laboral, se han identificado desajustes en algunas habilidades y competencias requeridas por las empresas, como el dominio de idiomas o las habilidades tecnológicas, lo que puede dificultar la inserción laboral y el desempeño en el sector turístico.

En definitiva, se ha subrayado la necesidad de políticas estatales y empresariales para mejorar la situación del capital humano turístico. Además, se ha enfatizado la relevancia de la formación universitaria adaptada a las demandas del sector. La colaboración entre universidades y empresas se ha resaltado como una pieza clave para facilitar la transición de los estudiantes al empleo y reducir los desajustes entre la formación y las necesidades laborales. Es fundamental un esfuerzo conjunto entre el Estado, empresarios, empleados y estudiantes para fortalecer el grado en turismo y garantizar la calidad y estabilidad del empleo, impulsando así el potencial de crecimiento y desarrollo sostenible del sector turístico en España.

## 7.- Bibliografía.

- Agencia para la calidad del sistema universitario de Cataluña. (2019). Empleadores. La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en turismo.
- al., B. e. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.
- Bañuls, A. L. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. Cuadernos de turismo(19).
- BOE. (30 de julio de 2014). Boletín Oficial del Estado. Recuperado el 2023, de <https://etuz.es/profesion-con-futuro/practicas-en-empresas/>
- BOE. (2021). Agencia Estatal Boletín oficial del Estado. Obtenido de [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-8827](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-8827)
- BOE. (2023). Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Obtenido de [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-6454](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-6454)
- ETUZ. (2023). Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza. Obtenido de <https://etuz.es/profesion-con-futuro/practicas-en-empresas/>
- Exceltur. (2018). Estudio sobre el empleo en el sector turístico español.
- Exceltur. (2018). Exceltur. Obtenido de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>
- Exceltur. (2022). Exceltur. Obtenido de <https://www.exceltur.org/perspectivas-turisticas/>
- Hernández, C. C. (2010). LA FORMACIÓN EN TURISMO EN ESPAÑA: PASADO, PRESENTE Y FUTURO EN EL NUEVO ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR. Cuadernos de Turismo(25), 45-67.
- Hosteltur. (2018). Obtenido de HOSTELTUR: [https://www.hosteltur.com/127418\\_destinos-rivales-desafian-espana-2018.html](https://www.hosteltur.com/127418_destinos-rivales-desafian-espana-2018.html)
- INE. (2022 de diciembre de 2022). INE.ES. Obtenido de [https://www.ine.es/prensa/cst\\_2021.pdf](https://www.ine.es/prensa/cst_2021.pdf)
- IUIT. (2022). IUIT.UA.ES. Obtenido de <https://iuit.ua.es/es/creacion-objetivos-y-normativa.html>
- Ladkin, A. (2011). Exploring tourism labor. Annals of Tourism Research., 38(3), 1135-1136.
- Les Roches. (2023). Les Roches. Obtenido de <https://lesroches.edu/es/programas/>
- Lillo-Bañuls, A. &.D. (2011). Capital humano y turismo: Rendimiento educativo, desajuste y satisfacción laboral. Estudios de economía aplicada, 29(3), 755-780.
- Marrero Rodríguez, J. R.-H. (2016). La flexibilidad laboral en el sector turístico: Un análisis a partir de las ofertas de empleo. Estudios y perspectivas en turismo.
- Mincotur . (2023). Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2023/documents/20230323%20ndp%20empleo%20turistico%20febrero.pdf>
- Mínguez, C. M.-H. (2021). Higher education and the sustainable tourism pedagogy: Are tourism students ready to lead change in the post pandemic era? Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education(29).
- Olmos Juarez L, &. G. (2016). Estructura de mercados turísticos. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

- OMT. (2020). UNWTO.ORG. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421404>
- Ostelea, Tourism Management School. (2023). Obtenido de Ostelea.com: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/salidas-profesionales/estas-son-las-habilidades-clave-para-un-licenciado-en-turismo>
- PASOS. (2023). Pasos Online. Obtenido de <https://www.pasosonline.org/es/>
- Pou, L. (2012). Turismo y empleo: Una mirada realista. *Journal of Public Policies and Territory*, 1(3), 43.
- REVECAP. (2022). Obtenido de <https://www.revecap.alde.es/revista/default.html>
- Sarasa, J. L. (1998). Los estudios superiores de Turismo: una sinfonía desconcertante. *Cuadernos de Turismo*, (2), 25-40.
- Schiller International University. (2023). Schiller International University. Obtenido de <https://schiller.edu/madrid/tourism-and-hospitality>
- Turijobs. (19 de julio de 2019). Turijobs. Obtenido de <https://www.turijobs.com/blog/candidato-perfecto-en-turismo/>
- UAB. (2023). UAB CAT. Obtenido de <https://www.uab.cat/web/investigiar/lineas-de-investigacion-1345715485913.html>
- UCM. (2023). UCM.ES. Obtenido de <https://www.ucm.es/estudios/grado-turismo-estudios-estructura>
- Universidad de Barcelona. (2023). Universidad de Barcelona Edu web. Obtenido de <https://web.ub.edu/es/web/estudis/w/grau-G1063>
- Universidad de Murcia. (2023). Revistas UM. ES. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/issue/view/21081>
- Universidad de Valencia. (2019). Universidad de Valencia. Obtenido de [https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/publicacion/papers\\_turisme/papers\\_turisme.html](https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/estadistiquesdeturisme/publicacion/papers_turisme/papers_turisme.html)
- Universidad de Valencia. (2023). UV.ES. Obtenido de <https://www.uv.es/uvweb/servicio-investigacion/es/grupos-investigacion/grupo-1285949714098.html?p2=GIUV2016-297>
- Universitat de les Illes Balears. (2023). Universitat de les Illes Balears. Obtenido de <https://fturisme.uib.es/alumnes/pathf/>
- UNIZAR. (2023). Estudios Unizar. Obtenido de [https://estudios.unizar.es/estudio/asignaturas?anyo\\_academico=2022&estudio\\_id=20220139&centro\\_id=177&plan\\_id\\_nk=616&sort=curso](https://estudios.unizar.es/estudio/asignaturas?anyo_academico=2022&estudio_id=20220139&centro_id=177&plan_id_nk=616&sort=curso)