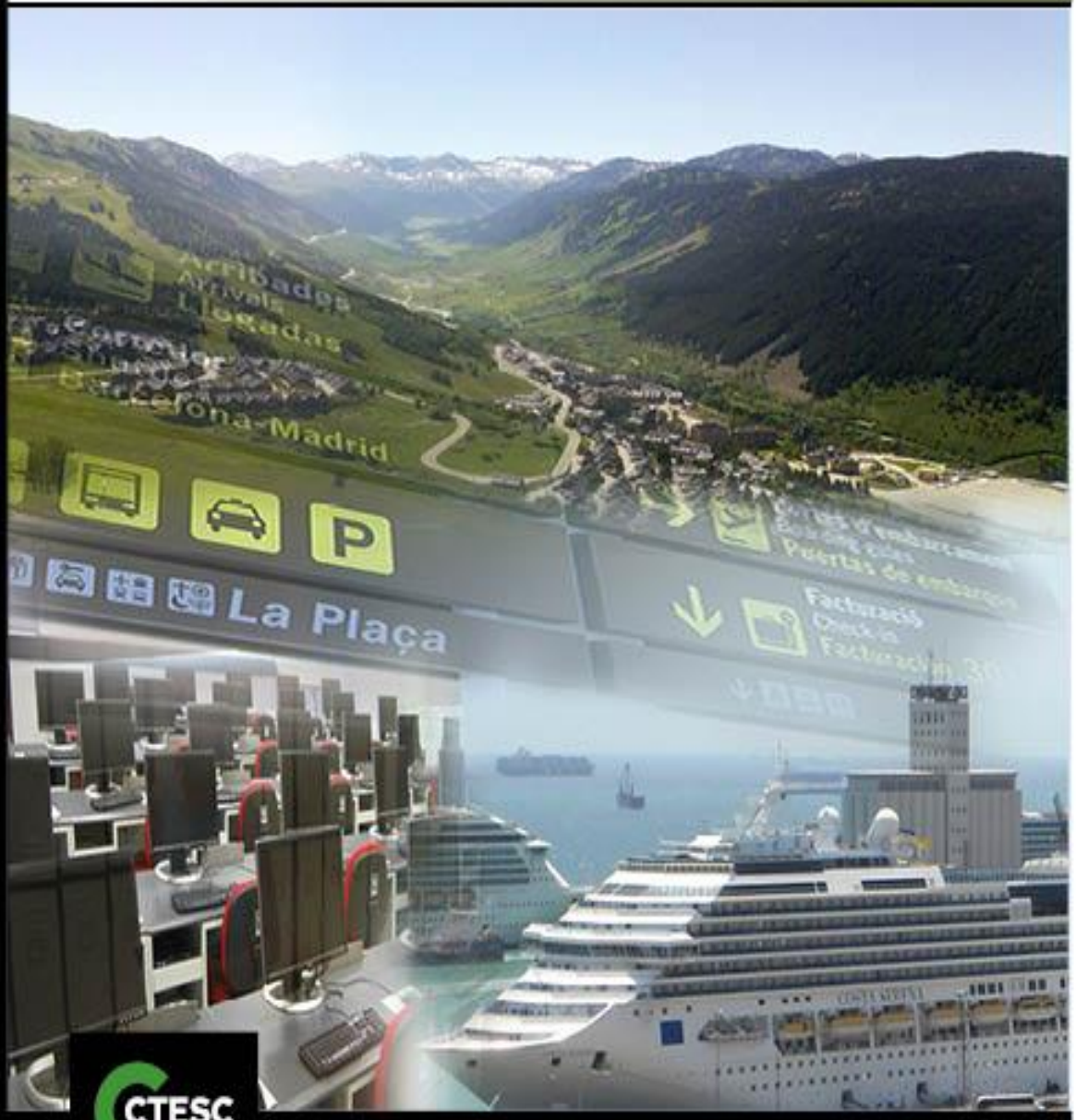
Nº 30

Informe sobre necessitats formatives del sector turístic

Necessitats formatives del sector turístic



CTESC

Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya

COL·LECCIÓ ESTUDIS I INFORMES

Nº 30

Informe sobre les necessitats formatives del sector turístic

Ponent

Elena Donate

Director

Xavier Riudor

Gestora

Marta Olivella

Autors

Cristina Boada
Eva Miñarro
Marta Olivella
Xavier Riudor

Suport tècnic per a l'elaboració de l'enquesta, treball de camp i explotació de dades

Block de Ideas–Institut DEP

Membres del grup de treball:

Mercè Garau, Maria Dolors Giner, Jesús Lodeiro, Francesc Mozo, Antònia Pascual, Francesc Santamaria i José Martín Vives

Experts convidats en sessió de treball:

Iñaki Gorostiaga
Damià Serrano

Per a l'elaboració de la recerca quantitativa, el CTESC ha comptat amb el suport econòmic del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

© Generalitat de Catalunya
Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya
Diputació, 284
08009 Barcelona
Tel. 93 270 17 80
Adreces a Internet:
www.ctesc.cat
http://bloc.ctesc.cat/
www.observatori-ctesc.cat

A/e: ctesc@gencat.cat

Imatges:
http://www.flickr.com/llorenc_roviras/
http://www.flickr.com/noii/
http://www.flickr.com/carol1980/
http://www.flickr.com/francesc_2000/

Barcelona, octubre de 2012

Índex

0. Resum executiu 6
1. Introducció i metodologia 25
1.1. Plantejament de l'estudi 25
1.2. Metodologia 28
1.3. El turisme a Catalunya 29
2. Mapa de les ocupacions del sector turístic 36
2.1. Característiques de l'ocupació 36
2.2. Mapa de les ocupacions 40
2.2.1. Àrea transversal 42
2.2.2. Àrea d'allotjament i restauració 46
2.2.3. Àrea d'intermediació i acompanyament turístic 52
2.2.4. Altres 58
3. Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme 59
3.1. Formació universitària 60
3.1.1. Formació universitària de grau 61
3.1.2. Màsters universitaris oficials i doctorats 64
3.1.3. Cursos d'extensió universitària 67
3.2. Formació professional reglada 70
3.3. Formació professional per a l'ocupació 75
3.3.1. Formació professional per a l'ocupació dirigida prioritàriament a persones treballadores en situació d'atur 76
3.3.2. Formació professional per a l'ocupació dirigida prioritàriament a persones treballadores ocupades 79
3.4. Altres accions formatives 83
4. Demanda de formació de les empreses del sector turístic 88
4.1. Metodologia 88
4.2. Planificació de la formació 92
4.3. Preferències de la formació 99
4.4. Valoració de la formació 102
4.5. Valoració de l'oferta formativa 105
4.6. Propostes per millorar la formació en l'àmbit del turisme 112
5. Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda 117
5.1. El punt de partida: el paper de la formació a les empreses del sector turístic 118
5.2. Oferta i demanda de formació. Anàlisi per categoria ocupacional 124
5.2.1. Una aproximació comparativa 124

5.2.2. Fitxes d'ocupacions turístiques 131
5.3. Apunts per a una oferta formativa adaptada a les necessitats de les empreses del sector turístic 169
6. Consideracions i recomanacions 176
7. Annex: qüestionari de l'enquesta 184
8. Bibliografia 190

0. Resum executiu

1. Introducció i metodologia

1.1. Plantejament de l'estudi

El present estudi s'emmarca en els treballs de renovació del Pla estratègic de turisme de Catalunya 2005-2010 i respon a la demanda del Departament d'Empresa i Ocupació d'analitzar la importància de la formació en el sector turístic, focalitzant-se en la perspectiva de la demanda de formació per part de les empreses del sector.

Per delimitar l'àmbit material d'estudi, és a dir, què entenem per "sector turístic", es parteix de l'aplicació de la definició de turisme de l'Organització Mundial del Turisme en l'informe *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008* i que comporta incloure únicament les activitats conegudes com a específiques turístiques, és a dir, aquelles que sense la demanda turística quedarien típicament i sensiblement disminuïdes: allotjament i restauració, transports (marítim i terrestre), agències de viatges, i oci i entreteniment.

Així doncs, l'objectiu de l'estudi és una anàlisi del valor que atorguen les empreses turístiques a la formació de què disposen les persones que treballen en aquest sector i que comprèn les activitats de restauració, allotjament, transport, intermediació turística i activitats d'oci i entreteniment.

1.2. Metodologia

La metodologia seguida per elaborar els capítols d'aquest estudi, construïda sobre la base de les tècniques d'investigació social, s'estructura en diversos nivells i varia en funció de l'apartat de l'estudi.

El capítol 2, «Mapa de les ocupacions del sector turístic», s'ha elaborat a partir de l'anàlisi de les dades estadístiques existents (apartat primer) i a partir de la gestió documental de la bibliografia existent i la *Classificació catalana d'ocupacions,* aprovada el 2011 (apartat segon, que conté pròpiament el mapa de les ocupacions).

El capítol 3, «Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme», presenta una aproximació a l'oferta formativa del sector turístic per al curs 2010-2011 a partir de la recerca a les pàgines web de les diferents institucions educatives i de la comanda de dades específica tramitada al Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) pel que fa a la formació professional per a l'ocupació.

El capítol 4, titulat «Demanda de formació de les empreses del sector turístic», analitza els resultats de l'enquesta feta *ad hoc* per l'informe amb la finalitat de conèixer el valor i la demanda de formació per la banda de les empreses turístiques. L'enquesta s'ha dut a terme per telèfon assistida per ordinador a una mostra representativa de responsables de formació d'empreses que depenen econòmicament del turisme. Per fer l'anàlisi estadística i interpretar els resultats, la mostra s'ha ponderat en funció del pes real que té cada sector turístic i cada dimensió d'empresa.[1]

El capítol 5, «Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda formativa», respon a la fusió de la informació continguda en els capítols 3 i 4 del present informe, mentre que el darrer capítol, «Consideracions i recomanacions», recull les aportacions finals dels membres del Consell de Treball Econòmic i Social de Catalunya.

D'altra banda, l'informe en general i sobretot el darrer capítol han estat complementats amb les reflexions del debat que va tenir lloc en una sessió de treball amb experts en l'àmbit de la formació

[1] Vegeu l'apartat 4.1, «Metodologia», del capítol 4, «Demanda de formació de les empreses del sector turístic».

en el sector del turisme, membres del CTESC, representants del Departament d'Empresa i Ocupació, del SOC i de l'Institut DEP, organitzada amb la finalitat de debatre sobre l'encaix de l'oferta formativa amb les necessitats requerides per les empreses.

1.3. El turisme a Catalunya

El turisme a Catalunya és un dels principals motors de l'economia catalana, atès que l'any 2011 representa l'11,1% del PIB català i l'11,6% de les persones ocupades a Catalunya. En aquest sentit, s'ha constituït com la primera destinació estatal receptora de turisme estranger i de pernoctacions de l'Estat espanyol.

Tot i la crisi econòmica, l'any 2011 es caracteritza, igual que el 2010, per la recuperació del sector turístic, atès que la majoria d'indicadors registren creixements respecte a l'any anterior. Aquesta evolució positiva en un context d'inestabilitat financera i atur elevat, pot semblar paradoxal, però reflecteix com el turisme ha esdevingut una necessitat essencial en els països industrialitzats, sobretot en el cas dels turistes que viatgen per oci.

D'altra banda, i des d'una perspectiva de futur, cal tenir en compte alguns factors que tenen una clara influència en l'evolució del model turístic, com ara la demografia i els efectes de l'augment de l'esperança de vida de la població; els canvis en l'estil de vida de la societat, tant pel que fa a les unitats familiars, les demandes dels consumidors com el major interès per la salut; l'entrada de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en la gestió i autoorganització dels viatges; la necessitat de garantir un desenvolupament sostenible dels recursos; la influència geopolítica en la demanda de les destinacions; l'impacte en el sector de la normativa, ja sigui específica com transversal (com ara la prohibició de fumar); i la conjuntura econòmica internacional, atès que el turisme és sensible a l'evolució dels preus de l'energia, la política financera i econòmica dels estats i la demanda procedent d'economies emergents, com ara la russa i la xinesa, entre d'altres.

2. Mapa de les ocupacions del sector turístic

2.1. Característiques de l'ocupació

La població ocupada en el sector turístic a Catalunya és especialment rellevant, atès que l'any 2011 representa el 16,1% de la població ocupada en el sector serveis i l'11,6% del total de persones ocupades a Catalunya.

En general, el sector es caracteritza per la diversitat, la complexitat i la fragmentació de les relacions laborals, atès que inclou un ventall molt ampli d'ocupacions, tant directament vinculades amb el turisme, com indirectament. La majoria de les activitats turístiques tenen un component estacional, concentrat bàsicament en el segon i tercer trimestre de l'any, fet que comporta que moltes de les relacions laborals siguin temporals i precisin de formes laborals flexibles, no només en termes d'estacionalitat anual, sinó també dins d'espais més curts, com la setmana o inclús el dia. Aquesta flexibilitat està lligada amb les condicions de treball, caracteritzades per horaris de feina freqüentment irregulars, torns discontinus, de cap de setmana, nocturns o en períodes de vacances.

Aquesta situació fa que sovint, el sector sigui percebut com a poc estable des del punt de vista laboral, la qual cosa pot dificultar l'atracció de talent per part de les empreses turístiques, així com desincentivar la inversió de recursos en formació.

Les dades estadístiques analitzades confirmen aquestes consideracions.[2] L'any 2011 la població ocupada és el 88,5% de la població activa del sector turístic, sent la majoria assalariats, el 78,9%,

[2] Les dades s'han extret de l'explotació de les dades referents a Catalunya de l'Enquesta de Població Activa (INE) que duu a terme l'Institut d'Estudis Turístics, organisme dependent del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, així com les dades de la Direcció General de Turisme, a partir de les dades de la Secretaria d'Ocupació i Relacions Laborals pel que fa a l'anàlisi de les dades sobre els treballa-

i el 21,1% restant, autònoms. Les dades d'afiliació a la Seguretat Social reflecteixen una distribució semblant: el règim general concentra el 71,2% de l'afiliació del sector i el règim especial de treballadors autònoms, el 28,8% restant.

L'estacionalitat del sector es reflecteix en la temporalitat dels contractes de les persones assalariades: el 27,2% de mitjana (el 12,1% més que l'any 2010), si bé el tercer trimestre de l'any aquesta és superior (30,7%). Alhora, la temporalitat del sector turístic és superior a la taxa de temporalitat mitjana de Catalunya, que ha estat del 20,1% el 2011.

L'estacionalitat també es reflecteix en la taxa d'atur del sector: ha estat de l'11,5% de mitjana l'any 2011, el 9,7% menys que l'any anterior (quan va ser del 12,9% de mitjana). Tot i això, la taxa d'atur del sector turístic és superior a la taxa d'atur del sector serveis (8,7%), però clarament inferior a la total (19,2%).

Pel que fa al nivell de formació no es disposa de dades desagregades a nivell de Catalunya. A nivell estatal el 61,7% de la població activa del sector disposa d'estudis secundaris, el 24,1%, d'estudis postsecundaris i la resta, el 14,1%, només disposa d'estudis primaris.

2.2. Mapa de les ocupacions

L'objectiu d'aquest apartat és elaborar un mapa d'ocupacions per tal de reflectir de manera senzilla, però completa la constel·lació d'ocupacions que es poden identificar en el sector turístic i, alhora, ser l'eina a partir de la qual s'han detectat les necessitats formatives de les empreses del sector, principal objectiu d'aquest estudi, que s'analitza en el capítol 4.

El punt de partida són les activitats que s'han detallat en el capítol 1 com a incloses en el "sector turístic" (allotjament, restauració, transports, intermediació turística i activitats d'oci i entreteniment), si bé no totes les ocupacions de les empreses i/o organitzacions que es dediquen a aquestes activitats poden ser qualificades de "turístiques", atès que algunes no tenen una relació directa amb els clients – turistes i d'altres, perquè no són específiques d'una empresa turística i poden identificar-se també en empreses d'altres sectors.[3]

El mapa s'ha construït a partir de la *Classificació catalana d'ocupacions 2011* (CCO–2011) i s'ha complementat amb la informació publicada per l'Institut Català de les Qualificacions Professionals (ICQP) relativa al sector analitzat, així com altres fonts documentals. Amb aquesta informació, s'han creat dotze categories ocupacionals, repartides en tres àrees, més una categoria residual, per incloure aquelles ocupacions no classificades en altres categories (anomenada "Altres").

dors del sector turístics afiliats a la Seguretat Social i l'Enquesta de conjuntura laboral, elaborada pel Ministeri de Treball i Immigració, pel que fa a les dades sobre jornada laboral.

[3] L'excepció és el personal de manteniment i neteja. Si bé la seva tasca és necessària en pràcticament totes les empreses i, per tant, s'haurien d'excloure, en el sector turístic tenen una importància fonamental (sobretot d'allotjament i de restauració), atès que condicionen en gran mesura l'experiència del client – turista i la seva percepció de la qualitat del servei utilitzat.

TAULA-1. Mapa de les ocupacions del sector turístic, per àrea professional

ÀREA	OCUPACIONS
Transversals	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
	Comercialització i màrqueting
	Manteniment i neteja
Allotjament i restauració	Xefs i cuiners/es
	Maîtres i cambrers/es
	Auxiliars de cuina i sala
	Recepció
Intermediació i acompanyament turístic	Animació turística
	Guiatge turístic
	Agents d'intermediació
	Organització d'esdeveniments
	Assistència turística

Font: elaboració pròpia.

3. Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme

En aquest apartat es descriu l'oferta formativa existent a Catalunya relacionada específicament amb les ocupacions i activitats del sector turístic, unes accions formatives que generalment s'etiqueten en el subsector "hoteleria i turisme" i que inclouen les activitats de restauració, intermediació turística i organització d'esdeveniments. Per tant, no s'han analitzat les accions formatives de caràcter més transversal, però que també poden anar dirigides als professionals del sector, com ara la direcció i gerència o els idiomes, a no ser que estiguessin configurades com a específiques pel sector.

L'àmbit temporal d'anàlisi ha estat el curs 2010-2011, amb alguna referència al curs 2011-2012, fruit de la constat evolució de l'oferta formativa.

Atès que l'oferta formativa és complexa i variada, l'anàlisi s'estructura al voltant de quatre categories formatives que la taula següent resumeix.

TAULA-2. Categories formatives emprades en l'anàlisi de l'oferta formativa

Formació universitària	Graus
	Màsters universitaris oficials i doctorats
	Cursos d'extensió universitària
Formació professional reglada	Programes de qualificació professional inicial
	Cicles formatius de grau mitjà
	Cicles formatius de grau superior[1]
Formació professional per a l'ocupació	Formació d'oferta
	Formació de demanda
Altres accions formatives	Cursos no inclosos en les categories formatives anteriors

(1) Cal tenir en compte que els CFGS integren l'educació superior, juntament amb els ensenyaments universitaris, si bé aquí es classifiquen conjuntament amb els CFGM.
Font: elaboració pròpia.

Tanca l'apartat una reflexió continguda en la darrera edició de l'informe MoniTUR sobre l'oferta formativa del sector a Catalunya, que coincideix amb les conclusions que s'obtenen en capítols posteriors: si bé Catalunya disposa d'un bon sistema educatiu de base combinat amb universitats i escoles de negoci reconegudes, el sector empresarial (a excepció de les empreses de la restauració) no ha explotat en tota la seva dimensió aquests recursos educatius.

3.1. Formació universitària

Graus

Els graus oficials en Turisme i relacionats s'estructuren en 240 crèdits ECTS (que equivalen a 6.000 hores) i s'assignen a la branca de coneixement de Ciències Socials i Jurídiques, atès el seu contingut marcadament pluridisciplinar.

El curs 2010-2011 les universitats catalanes van oferir onze graus en Turisme i sis graus relacionats amb el sector, tres d'ells orientats a la direcció hotelera, dos a la relació entre el turisme i l'oci i un sobre ordenació del territori. Aquesta oferta es concentra en les comarques properes a Barcelona i va dirigida principalment a les categories ocupacionals que requereixen un major nivell de qualificació (direcció i gerència d'organitzacions turístiques, comercialització i màrqueting, agents d'intermediació i organització d'esdeveniments).

Els plans d'estudis analitzats preveuen la realització de pràctiques (la majoria en empreses i/o institucions externes del sector turístic) i de durada variable (entre 12 i 30 crèdits ECTS), així com l'aprenentatge de llengües estrangeres, ja sigui mitjançant assignatures (obligatòries i/o optatives) com impartint docència íntegrament en una llengua estrangera (l'anglès).

Màsters universitaris oficials i doctorats

El curs 2010-2011 es van oferir onze màsters universitaris i dos doctorats, comptant la majoria dels màsters amb 60 crèdits ECTS (que equivalen a 1.500 hores). A diferència dels graus, aquesta oferta no es distribueix de manera tan propera a la capital catalana, però igual que aquests, va dirigida a les categories ocupacionals que demanden un major nivell de qualificacions i en tractar-se de formació universitària de segon i tercer cicle, estan enfocats a proporcionar una qualificació d'alt nivell i unes competències més específiques. En aquest sentit, cinc dels onze màsters analitzats s'estructuren en itineraris formatius per assolir aquesta especialització.

També igual que els graus, els màsters universitaris preveuen la realització de pràctiques (de menor durada que en els graus) i un treball de fi de màster. A diferència dels graus, no es preveu l'aprenentatge específic de llengües estrangeres, atès que és un coneixement que es pressuposa a l'alumne.

Cursos d'extensió universitària

Sota aquesta categoria s'han analitzat les titulacions oferides per les universitats catalanes que requerien tenir una titulació universitària per accedir-hi, però no es consideren ensenyaments universitaris oficials. Aquestes accions formatives varien significativament entre elles, tant pel que fa a la duració com a la temàtica. La duració d'aquests cursos oscil·la entre els 30 i els 60 crèdits ECTS (per tant, entre 750 i 1.500 hores), atès que si bé es tracta de títols propis, l'organització i l'estructura de la majoria d'aquests segueix els criteris oficials.

Atesa la distribució territorial d'aquestes titulacions, es pot afirmar que si bé, igual que en el cas dels graus i els màsters universitaris, molts d'ells s'ofereixen en centres universitaris de la capital catalana o propers a aquesta, és també significatiu el nombre de cursos impartits a distància o en línia, fet que en facilita l'accés a persones de la resta del territori català.

De nou, les categories ocupacionals que demanen un major nivell formatiu són les principals destinatàries d'aquestes accions i algunes d'elles també s'estructuren en itineraris, per tal de proporcionar una formació més especialitzada, o preveuen la possibilitat de cursar de manera independent determinades assignatures que integren titulacions preestablertes.

Igual que els màsters universitaris oficials, els plans d'estudi analitzats preveuen la realització de pràctiques i un treball de fi de màster. Tampoc no es preveu l'aprenentatge específic de llengües estrangeres, atès que és un coneixement que es pressuposa a l'alumne.

3.2. Formació professional reglada

La formació professional (FP) reglada forma part del sistema educatiu i per tant la seva estructura i finalitat últimes van lligades al desenvolupament de l'alumne tant des d'una perspectiva professional com personal i social, si bé és la branca de l'ensenyament reglat amb una major vocació professionalitzadora.

El curs 2010-2011 l'oferta formativa d'FP relacionada amb el sector turístic[4] va incloure quatre PQPI, cinc CFGM i sis CFGS. Cal tenir en compte que el curs 2011-2012 aquesta oferta s'amplia amb dues titulacions més de grau superior (Direcció de cuina i Direcció de serveis de restauració), mentre que el cicle Restauració (també de grau superior) es declara a extingir. De cara al curs 2012-2013 es preveu també la implantació de noves titulacions.

Des d'un punt de vista territorial, l'oferta es concentra a les comarques properes a Barcelona, si bé cal tenir en compte que aquestes concentren un major percentatge de la població catalana.

Els estudis analitzats estan vinculats a algunes categories ocupacionals concurrents amb les de l'oferta formativa universitària (els agents d'intermediació, l'organització d'esdeveniments i el guiatge turístics)[5] i que per tant poden donar lloc a certs solapaments, però també amb d'altres que no s'han mencionat en l'apartat anterior: xefs i cuiners/es; maîtres i cambrers/es; auxiliars de sala i cuina; manteniment i neteja; animació turística; i assistència turística.

La durada de l'FP varia en funció del nivell: els PQPI generalment duren un curs acadèmic (860-890 hores), mentre que la majoria dels CFGM i els CFGS duren dos cursos acadèmics i suposen la realització d'entre 1.800 i 2.000 hores.

Els plans d'estudi analitzats dels CFGM i dels CFGS preveuen la realització d'un període de pràctiques en empreses i d'aprenentatge específic de llengües estrangeres.

3.3. Formació professional per a l'ocupació

La finalitat de l'FP per a l'ocupació és adequar-se a les necessitats tant de les empreses com dels treballadors ocupats i desocupats, partint de la importància de la formació al llarg de la vida i de la concepció de la formació com un element clau per a la productivitat i competitivitat de les empreses.

Pel que fa a la **formació d'oferta dirigida prioritàriament a persones treballadores en situació d'atur**, segons les dades facilitades pel SOC, l'any 2010 les accions formatives d'oferta de la família professional d'hoteleria i turisme van rebre el 4,37% del total previst pel SOC (100,45 milions d'euros), xifra inferior al 20,4% del total que es va assignar a la família d'administració i gestió o del 12,1% de sanitat.

L'any 2010 es van realitzar 567 accions formatives d'oferta estructurades en 22 cursos, corresponent les tres quartes parts a l'àrea de l'allotjament i la restauració (428 accions formatives) i la resta, a l'acompanyament i la intermediació turística (139). Més de la meitat de les accions formatives

[4] A diferència de l'anàlisi de la formació universitària, s'han analitzat les titulacions classificades tant en la família professional d'hoteleria i turisme com les que hi estan directament relacionades i que pertanyen a altres famílies professionals (indústries alimentàries i/o activitats físiques i esportives).

[5] Cal afegir que també s'han de tenir en compte els dos nous cicles implementats el curs 2011-2012 (Direcció de cuina i Direcció de serveis de restauració), que estan dirigits a la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques.

analitzades s'ha realitzat a la zona de Barcelona i comarques properes, si bé cal tenir en compte les accions formatives en línia del Programa e-formació (UOC – SOC).

Predominen les accions formatives enfocades a les categories ocupacionals que demanden una qualificació menor (auxiliars de cuina i sala, cuiners/es i cambrers/es), si bé hi ha oferta associada a totes les categories ocupacionals excepte la direcció i gerència i la comercialització i màrqueting.

Les accions formatives realitzades tenen una durada mitjana de 109,1 hores, malgrat haver una certa disparitat de la durada dels cursos en funció del programa.

D'altra banda, l'any 2010 s'han fet 72 cursos diferents de **formació d'oferta dirigida prioritàriament a persones treballadores ocupades** i gestionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya. Gairebé la meitat d'aquests cursos s'han impartit a les comarques properes a Barcelona.

Igual que les accions formatives d'oferta dirigides prioritàriament a persones treballadores en situació d'atur, les dirigides a persones treballadores ocupades van enfocades a les ocupacions que demanden menor nivell formatiu (totes elles de l'àrea d'allotjament i restauració): xefs i cuiners/es (el 59,7% de les accions analitzades), maîtres i cambrers/es (el 15,3%) i auxiliars de cuina i sala (12,5%).

La formació professional per a l'ocupació inclou també la **formació de demanda** que té per finalitat respondre a les necessitats específiques de formació plantejades per les empreses i els seus treballadors. La informació disponible és escassa,[6] però permet constatar el predomini gairebé absolut de la formació en l'àrea de l'allotjament i la restauració (amb el 96,6% de les empreses i el 97,4% dels participants), sent residual el pes de la d'intermediació i acompanyament turístic. Igualment, destaca el pes de l'àrea de restauració, amb el 80,5% de les empreses formadores i el 73,9% dels participants formats.

D'altra banda, destaca la poca participació del personal directiu (són el 3,1% del total) i tècnic (6,9%).

3.4. Altres accions formatives

S'inclouen en aquesta categoria totes aquelles accions formatives organitzades o impartides per centres de formació de tot tipus que ofereixen formació en algun àmbit relacionat amb el sector turístic. S'han exclòs les accions formatives de temàtica transversal, com ara l'aprenentatge de llengües estrangeres que, si bé té una importància cabdal en el sector, ampliava en excés l'objecte d'estudi.[7]

L'oferta analitzada comprèn 166 cursos, també la majoria oferts a la capital catalana i les comarques properes. Destaca l'aparentment escàs nombre d'accions formatives en línia identificades (18), fet que probablement s'explica per la importància de la formació presencial i "experiencial" en el sector del turisme, la qual cosa en dificulta l'ensenyament a distància i/o en línia.

Pel que fa a les categories ocupacionals vinculades a les diferents accions formatives destaca la categoria de xefs i cuiners/es, que concentra 51 cursos, seguida a distància de la de maîtres i cambrers/es (29 cursos), comercialització i màrqueting (24) i direcció i gerència d'organitzacions turístiques (21).

[6] Dades publicades a la pàgina web de la Fundació Tripartida per a la Formació en l'Ocupació.

[7] Tant els centres universitaris, els centres d'educació secundària, com una àmplia gamma de centres de formació ofereixen diferents cursos d'idiomes (des dels més tradicionalment estudiats com ara l'anglès, el francès o l'alemany) a altres enfocats cap a les noves economies emergents (i per tant amb clients potencials del sector turístic català), com ara el rus i el xinès, entre molts d'altres. Aquests cursos s'ofereixen al llarg del territori, en una important varietat de modalitats (presencial, semipresencial, en línia) i focalitzats en molts aspectes diferents.

A diferència de les accions formatives analitzades anteriorment, cal destacar l'elevat nombre d'accions formatives que s'associen a la categoria ocupacional de comercialització i màrqueting, fet que contribueix a presentar-la com una categoria amb important projecció i demanda per part de les empreses, en línia amb les conclusions d'altres informes i estudis de tendència.

Les competències que es desenvolupen en aquestes accions formatives són concretes i responen a necessitats puntuals dels treballadors i les empreses. La seva durada menor (des de dues fins a 300 hores) les pot configurar com a cursos d'especialització altament adaptats a les demandes del mercat de treball.

Fruit d'aquesta major permeabilitat a les demandes de les empreses i pel seu caràcter residual (per definició amb les altres categories formatives emprades a l'estudi), les "altres accions formatives" inclouen també la formació enfocada a altres ocupacions del sector, emergents, com ara els experts en desenvolupament turístic o els arquitectes i dissenyadors d'hotels.

4. Demanda de formació de les empreses del sector turístic

L'objectiu d'aquest apartat és analitzar les necessitats formatives de les empreses del sector turístic i, en concret, observar les diferències existents per subsectors, grandària de l'empresa i zona turística. Com s'ha comentat anteriorment, per assolir aquest objectiu, s'ha dut a terme un enquesta dirigida a les empreses del sector. La mostra, representativa del sector turístic, ha estat de 430 entrevistes vàlides. Les persones entrevistades han estat directors o gerents, propietaris o responsables de recursos humans i formació.

4.1. Planificació de la formació

En general, el sector turístic inverteix poc en formació, una de cada tres empreses turístiques no ha fet ni farà formació, percentatge que s'eleva entre les empreses del transport turístic i restauració.

La majoria de les empreses opinen que la responsabilitat de planificar la formació ha de ser compartida entre l'empresa i el personal, sobretot les mitjanes i grans empreses i el sector de la intermediació turística que és el que ha fet i preveu fer més formació. Tanmateix, la formació ha estat organitzada majoritàriament per iniciativa de l'empresa, especialment a la microempresa i a la restauració. En general, les prioritats de formació es concentren en els àmbit de les llengües estrangeres, la cuina i relacionats, els viatges, la cultura i els museus, i les competències en informàtica i noves tecnologies.

4.2. Preferències de formació

Les empreses turístiques prefereixen fer la formació a la pròpia empresa, sobretot les de restauració. La formació en un centre extern és l'escollida pels allotjaments. La modalitat de formació preferida és la presencial, especialment en els sectors del transport turístic i de l'allotjament i al litoral, però moltes empreses de l'interior rural opten per un model mixt que combini la formació presencial i a distància.

Les temporades preferides d'inici de la formació són la d'hivern (gener, febrer i març), especialment a l'allotjament i la restauració, i la de tardor (octubre, novembre i desembre), a la intermediació turística, amb els mesos de gener i novembre al capdavant. Els obstacles principals per organitzar la formació són la manca de temps a la microempresa, la dificultat per compaginar horaris a la resta d'empreses, i els desplaçaments a l'interior rural.

4.3. Valoració de la formació

La importància que la formació té per a la competitivitat de l'empresa és essencial i notable, 8,2 de mitjana en una escala de 0 a 10. Les empreses mitjanes i grans, el sector de la intermediació turística i la ciutat de Barcelona eleven aquesta puntuació al 8,7 o més.

4.4. Valoració de l'oferta formativa

Les empreses del sector turístic estan bastant satisfetes amb l'oferta formativa, el 6,5 de mitjana en una escala de 0 a 10, sobretot amb la universitària i la formació professional, que és la que més coneixen. La meitat de les empreses la troben adequada a les necessitats, tret de les empreses mitjanes i grans, de la intermediació turística i de l'àrea de Barcelona que la consideren escassa, sobretot pel que fa a l'oferta més especialitzada per cobrir necessitats concretes. També hi ha un percentatge significatiu d'empreses que la valora com a massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica.

Els àmbits en què es troba a faltar oferta formativa és el de les llengües estrangeres, destinacions i relacionats, i atenció al client a la microempresa. D'altra banda, només una quarta part de les empreses coneixen i citen un centre de formació de referència.

4.5. Propostes per millorar la formació en l'àmbit del turisme

L'increment de l'oferta formativa, de les pràctiques durant la formació, i de la qualitat i professionalitat d'aquesta, especialment en les microempreses de l'allotjament i la restauració, són les possibles millores en l'àmbit de la formació turística expressades per les persones entrevistades.

Per acabar, segons les persones entrevistades, les ocupacions amb més potencial de creixement són les relacionades amb la cuina, el turisme domèstic i local, el turisme rural i càmping, i el turisme mitjançant les TIC, Internet i noves tecnologies, així com els assessors en viatges i activitats personalitzades. Tot i això, cal dir que el 53% de la mostra no ha respost aquesta pregunta.

5. Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda formativa

En aquest capítol s'ha comparat l'oferta formativa amb la demanda de formació per part de les empreses i l'encaix entre ambdues. Per fer aquesta anàlisi s'han tingut en compte, d'una banda, les diferències per grandària, sector i territori entre les empreses, i de l'altra, les diferències entre les diverses categories d'ocupacions.

A banda dels apartats que a continuació es resumeixen, el capítol 5 inclou les dotze fitxes de les ocupacions del sector turístic elaborades amb tota la informació que conté l'estudi. Aquestes fitxes agrupen en una sola categoria les ocupacions d'una família, és a dir, les ocupacions que comparteixen funcions, competències, oferta formativa o característiques semblants. Les fitxes d'ocupacions s'han distribuït en tres àrees en coherència amb el mapa de les ocupacions del sector turístic d'aquesta recerca: transversal, allotjament i restauració, i intermediació i acompanyament turístic.

5.1. Anàlisi per categoria ocupacional

En general, el nivell mínim d'estudis que les empreses requereixen a les persones que ocupen o han d'ocupar llocs de treball "turístics", tal com l'estudi els defineix, és baix (cap estudi, primària, secundària o cicles formatius de grau mitjà). Les empreses del sector turístic consideren que per exercir la professió, l'experiència és més important que la formació. Tanmateix, a l'hora de selec-

cionar els professionals de les diverses ocupacions turístiques, la formació es considera, en general, bastant important.

D'una banda, les ocupacions en què els requeriments de formació són més alts (batxillerat, cicles formatius de grau superior o estudis universitaris), en què la formació té valor i es té en compte en els processos de selecció de personal són les de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic, com ara, les ocupacions de les categories d'agents d'intermediació (empleats d'agències de viatges i agents de compravenda telemàtica), assistència turística (auxiliars de vol, cambrers d'avió, vaixell i tren, i hostesses de terra), i guiatge turístic (empleats d'informació a l'usuari en oficines de turisme o similar, acompanyants turístics, i guies de turisme).

Les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic tenen l'índex de satisfacció amb l'oferta formativa més baix –la proporció d'accions formatives no reglades és baixa, ja que hi ha poques accions formatives classificades com a "altres accions formatives", que en general solen ser accions més específiques i flexibles quant als continguts i la durada- i, en general, en les ocupacions d'aquesta àrea es detecten més mancances de formació.

L'oferta de formació destinada a les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic és en general coneguda, sobretot l'oferta de formació professional, atès que es tracta d'una formació molt específica, però també la universitària de grau, que complementa la seva transversalitat amb l'especialitat que proporcionen els màsters oficials i els cursos d'extensió universitària. L'excepció de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic és el desconeixement de l'oferta formativa destinada als agents d'intermediació i al personal d'organització d'esdeveniments (organitzadors de conferències i esdeveniments).

Tot i que el dèficit de competències de les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic és el més baix de tots, les ocupacions de la categoria de guies turístics i agents d'intermediació són les més difícils de cobrir per manca de formació i professionals.

D'altra banda, les ocupacions en què el nivell mínim d'estudis requerits és baix (cap estudi, primària, secundària, cicle formatiu de grau mitjà), i la formació té menys valor són les de l'àrea d'allotjament i restauració. En els processos de selecció de les ocupacions d'aquestes categories l'experiència és un valor, i no pas la formació, sobretot en les categories d'auxiliar de cuina i sala (ajudants de cuina, marmitons, ajudants de rebosteria, netejador de plats, i preparadors de menjar ràpid), i maîtres i cambrers/es (maîtres i sommeliers, cambrers/es propietaris de bars i cafeteries, cambrers/es assalariats).

Tot i així, la formació es considera important en les ocupacions de la categoria de xefs i cuiners/es, que són les més difícils de cobrir per manca de professionals i formació.

L'oferta formativa destinada a les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració es coneix bastant. Una gran part de les accions formatives analitzades van dirigides a les ocupacions d'aquesta àrea.

En general, l'índex de satisfacció amb l'oferta formativa destinada a les ocupacions d'aquesta àrea és elevat i no es detecten necessitats de formació, tret de la categoria d'auxiliars de cuina i sala en què s'observen dèficits importants d'habilitats, coneixements i actituds. No obstant això, el dèficit de competències més alt per desenvolupar de manera idònia les tasques pròpies de la categoria ocupacional s'observa en l'àrea d'allotjament i restauració, concretament en les categories ocupacionals d'auxiliars de cuina i sala, i xefs i cuiners/es. Cal tenir en compte que la formació no sempre pot suplir les mancances detectades en les competències genèriques, atès que es refereixen a habilitats i/o aptituds en les quals la formació no hi té incidència.

També es detecten dèficits competencials en les ocupacions de l'àrea transversal –direcció i gerència, comercialització i màrqueting, i personal de manteniment i neteja- sobretot en les de la ca-

tegoria de comercialització i màrqueting,[8] possiblement per la manca d'oferta específica, la necessitat de potenciar el turisme en línia, la tecnologia, la imatge i la marca d'empresa, així com l'adaptació a mercats nous.

Cal tenir en compte que les empreses requereixen un nivell d'estudis alt per les categories de direcció i gerència[9] i comercialització i màrqueting. No obstant això, les mancances formatives en la categoria ocupacional de direcció i gerència són remarcables.

5.2. Apunts per a una oferta formativa adaptada a les necessitats de les empreses del sector turístic

Els dèficits en competències genèriques més grans, és a dir, en habilitats, coneixements i actituds que les persones han de tenir per desenvolupar les tasques pròpies de la categoria ocupacional, s'observen en les categories de l'àrea transversal –direcció i gerència, comercialització i màrqueting, i manteniment i neteja- possiblement per manca d'oferta específica, però també en la categoria d'auxiliar de cuina i sala.

Cal tenir en compte que en les ocupacions relacionades amb la direcció i gerència i la comercialització i màrqueting es detecten necessitats de formació, sobretot a la microempresa, relacionades amb les llengües estrangeres, malgrat que tots els estudis de grau inclouen assignatures obligatòries i/o optatives d'idiomes. D'altra banda, es demana especialització de l'oferta de formació destinada a la categoria de direcció i gerència, i més oferta relacionada amb les aplicacions informàtiques, la recerca d'informació i les comunitats en línia destinada a les ocupacions incloses en la categoria de comercialització i màrqueting.

Destaquen els dèficits en competències relacionades amb els idiomes, la gestió de conflictes i resolució de problemes, la iniciativa i creativitat, i la planificació, l'organització i el control.

Quant a les competències específiques, o capacitats que han de tenir les persones per fer la feina de la categoria ocupacional de manera idònia, l'àrea d'allotjament i restauració és la que presenta la manca d'efectivitat, professionalitat i qualitat de servei més importants.

Així, en les categories d'auxiliars de cuina i sala i xefs i cuiners/es (caps de cuina, cuiners propietaris de restaurants i cuiners assalariats) s'observen dèficits importants relacionats amb factors de competitivitat com ara la professionalitat, la qualitat del servei, l'atenció al client, i el domini de llengües estrangeres. Cal tenir en compte que les ocupacions relacionades amb la cuina tenen potencial de creixement.

Des de sectors com ara l'allotjament, la intermediació turística i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments es demana que l'oferta de formació sigui més innovadora, flexible i pràctica.

Per acabar, cal tenir en compte alguns obstacles a l'hora d'organitzar la formació destinada a la microempresa i al sector de l'allotjament, la restauració i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments que tenen a veure amb la manca de temps per formar-se, la dificultat de compaginar els horaris de formació amb els laborals, i els desplaçaments en les empreses de l'interior rural.

[8] Professionals de la publicitat i la comercialització, com ara els constructors de marca, els gestors estratègics de vendes, el gestors de canals web i mediàtics o de comunitats en línia i xarxes socials.

[9] Directors i gerents d'hotels, altres empreses de serveis d'allotjament, restaurants, bars, cafeteries i similars, empreses de serveis d'àpats i altres empreses de restauració, empreses d'activitats recreatives, culturals i esportives, empreses de serveis i treballadors propietaris de petits allotjaments.

6. Consideracions i recomanacions

Context

Amb una sòlida i llarga trajectòria com a destí turístic, en els darrers anys Catalunya s'ha consolidat com un referent turístic internacional de primer ordre. Segons les dades de l'Observatori d'Empresa i Ocupació (2011), Catalunya és una de les principals destinacions turístiques líders a escala mundial i europea així com de l'Estat espanyol.

Alhora, el turisme és un dels principals motors de l'economia catalana, en representar l'any 2011 l'11,1% del PIB català i ocupar l'11,6% del total de persones ocupades a Catalunya. En l'actual context de pèrdua d'ocupació i crisi econòmica, és significatiu que aquests percentatges s'incrementin respecte de l'any anterior (van ser l'11% en ambdós casos), fet que contribueix a presentar el sector com un pol de creixement.

Malgrat això, el sector es caracteritza per la diversitat, la complexitat i la fragmentació de les relacions laborals, combinada amb una demanda de condicions de treball flexibles (jornada, temps de treball, estacionalitat, etc.). Aquesta situació comporta que de vegades es percebi com un sector poc estable des del punt de vista laboral, fet que pot dificultar l'atracció de talent i alhora desincentivar la inversió en formació.

En aquest sentit, el CTESC recomana:

1. Impulsar accions de revalorització del sector entre la població, per tal d'atreure i retenir el talent. Cal que les persones percebin que és un sector amb futur i amb carrera professional, atès que les oportunitats de promoció i carrera professional influeixen positivament en la predisposició de les persones a formar-se.

2. En aquest sentit, com ja s'ha subratllat en altres informes del CTESC, és fonamental potenciar els serveis d'orientació acadèmica i professional tant a l'ensenyament reglat com en els serveis d'ocupació, per poder donar informació acurada sobre el potencial del sector turístic i sobre les possibilitats formatives existents. Una eina com la Xarxa Integrada d'Orientació apuntada en l'Estratègia catalana per a l'ocupació pot ser un molt bon punt de partida.

3. Un dels principals col·lectius que caldria atreure cap al sector és el jovent, tenint en compte que molts d'ells s'hi vinculen només temporalment i per necessitat, sense intenció de promocionar-se i fer-hi carrera, fet que pot dificultar la reposició del personal ocupat quan aquest es jubili.

4. Cal prestigiar les ocupacions del sector. Una via seria la promoció d'acords mitjançant el diàleg social que millorin l'estabilitat i les condicions de les relacions laborals del sector. Cal fer un esforç per fidelitzar i incrementar el compromís dels treballadors del sector.

5. Tal com ja va proposar el Consell Econòmic i Social de Barcelona (2010), i amb l'objectiu de donar més valor a la formació, caldria promocionar un nou sistema retributiu que conjugui salaris amb capacitació i productivitat, així com crear un certificat similar a l'ISO que assenyali empreses i establiments que apostin per la qualitat i la professionalitat del treballador.

D'altra banda, i en relació amb les dificultats per identificar els subsectors que s'engloben en el concepte "sector turístic", hi ha un ventall molt ampli d'ocupacions que s'hi poden incloure, ja siguin directament vinculades al turisme com indirectament. En aquest sentit, el mapa d'ocupacions descrit en l'estudi empra el concepte de "categoria ocupacional" per incloure-hi diverses ocupacions que es poden trobar en empreses turístiques, pertanyents aquestes als subsectors d'allotjament, restauració, transports, intermediació turística i activitats d'oci i entreteniment.

Categoritzar la realitat comporta sovint simplificar-la, la qual cosa pot comportar excloure de l'anàlisi alguna ocupació destacada o emergent difícil d'encabir en una de les dotze categories es-

tablertes. De tota manera, al llarg del text s'ha intentat fer referència a les ocupacions emergents o difícils de classificar, atesa la seva projecció de futur i el seu potencial de creixement.

En aquest sentit, l'estudi identifica els següents àmbits amb més projecció: la cuina, el turisme domèstic i local, el turisme rural i de càmping i el turisme a internet. D'altra banda, s'han identificat les àrees amb més potencial de creixement com la de la intermediació turística (sobretot els serveis d'assessorament personalitzat) i l'organització d'esdeveniments, coincidint amb altres fonts documentals (SOC, 2012).[10] Per últim, tres ocupacions difícils de cobrir: xefs i cuiners/es, els/les guies turístics/ques especialitzats i els/les agents d'intermediació.[11]

Davant aquest escenari, el CTESC recomana que:

6. L'Observatori d'Empresa i Ocupació ha de ser proactiu i ha de dur a terme una tasca de prospectiva completa del sector per tal de traslladar-la a tots els agents interessats i, en especial, a les administracions responsables de la planificació de les oferta d'FP inicial i d'FP per a l'ocupació. Caldria disposar de dades i d'informació, mitjançant una eina estadística estable, sobre els següents aspectes:

- La qualificació professional de les persones treballadores del sector (per grups d'edat, subsectors i territoris), i l'ocupabilitat de les persones amb formació específica en aquest sector en relació a aquelles persones que no en tenen.

- A curt i mig termini, les projeccions d'ocupació del sector, les necessitats de reposició de les persones treballadores, els perfils professionals que es demandaran i la quantificació de les diferents ofertes formatives que es necessitaran.

L'oferta formativa i les necessitats formatives del sector turístic

Amb caràcter previ, cal tenir en compte que les característiques de l'ocupació i de la gestió de les empreses turístiques no poden canviar-se només amb una millora de l'oferta formativa. Tal com evidencia l'estudi, en el sector turístic treballen moltes persones sense formació específica, segurament fruit del predomini de les microempreses, en general poc proclius a treballar en xarxa, amb una activitat molt subjecta a l'estacionalitat de la demanda i que acostumen a seleccionar el personal de manera informal i exigint poca formació. Moltes de les persones ocupades no han tingut abans contacte amb el sector i tenen poques expectatives de continuar-hi. D'altra banda, a l'estudi s'han identificat mancances en competències transversals vinculades a actituds i/o habilitats que no es poden resoldre només amb accions formatives. Tot i això, hi ha un marge significatiu de millora de l'oferta formativa per millorar la seva incidència en el sector.

Pel que fa a **l'oferta formativa** analitzada, en primer lloc es pot constatar que aquesta és **àmplia,** fet que contrasta amb la dificultat de les empreses entrevistades per identificar centres formatius de referència del sector (a excepció de les empreses del sector de la intermediació).

[10] Altres ocupacions considerades emergents o amb potencial de creixement són: en la categoria de comercialització i màrqueting, comparadors de preus i experts en portals d'avaluació hotelera; en la d'allotjament i restauració els preparadors de càterings; en la d'animació turística, els monitors esportius acreditats i els animadors infantils; i els experts en planificació, gestió i desenvolupament de destinacions turístiques i els tècnics de qualitat i gestió mediambiental.

[11] El SOC afegeix a aquest llistat com a ocupacions de difícil cobertura els caps de recepció, gerents amb coneixements de màrqueting hoteler i el personal de manteniment i neteja (SOC, 2012).

En aquest sentit, el CTESC recomana que...

7. Per millorar la capacitat d'atracció de l'oferta formativa, és important que l'Observatori d'Empresa i Ocupació estudiï la relació entre formació i competitivitat.

8. És fonamental millorar la informació, promoció i difusió de tota l'oferta formativa a les empreses, tant la universitària com la de formació professional i els certificats de professionalitat, atès que moltes ocupacions no requereixen disposar de titulació universitària per exercir-les. En aquest sentit, el CTESC recomana que l'Administració posi a disposició de les empreses i de les persones usuàries un instrument d'informació en línia, així com que endegui diferents estratègies de comunicació, com ara campanyes publicitàries per reforçar el vincle entre formació, qualitat i competitivitat del sector o trobades entre els centres formatius i les empreses del sector, per fomentar la valoració i contractació de personal format i qualificat.

9. Incidir també en millorar la informació a les empreses sobre la possibilitat d'organitzar formació de demanda, així com informar dels ajuts, les subvencions o bonificacions a què poden acollir-se per a la dita formació.

10. Buscar maneres més atractives per vehicular la formació a les empreses del sector turístic. Una possibilitat seria oferir plans de viabilitat de negoci on es detectessin les necessitats formatives de l'empresa.

En segon lloc, l'oferta formativa en l'àmbit del turisme es pot qualificar de **completa,** atès que va dirigida a totes les categories ocupacionals identificades, si bé es pot considerar insuficient per a determinades categories (comercialització i màrqueting i determinades ocupacions d'intermediació turística) i subsectors (transport turístic, allotjament, activitats d'oci i organització d'esdeveniments).

11. Malgrat això, el CTESC recomana adequar l'oferta de places de cicles formatius de grau mitjà i superior de les titulacions relacionades amb el sector turístic a la demanda existent.

12. El CTESC recomana disposar de dades sobre la demanda d'aquestes titulacions, atès que l'evolució de l'alumnat que les cursa presenta una evolució positiva (CTESC, 2011 i 2012).

D'altra banda, l'estudi recull que malgrat la valoració positiva general que rep l'oferta formativa, una tercera part de les empreses (el 32%) la consideren poc especialitzada per cobrir necessitats concretes, massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica.

Davant aquestes crítiques, el CTESC recomana:

13. Una via per millorar l'experiència pràctica que proporciona la formació, i que seria convenient que recollís el III Pla de formació professional, és implantar en el sector turístic la formació professional dual. El CTESC valora positivament la signatura del conveni de col·laboració amb Foment de Terrassa SA per implantar el curs 2012-2013 de l'FP dual per als cicles formatius de grau mitjà de Cuina i gastronomia i de Serveis en restauració a l'Institut Cavall Bernat de Terrassa.

14. Fomentar altres programes mixtos de formació i treball que combinin processos formatius amb l'aprenentatge d'un ofici.

15. Amb la finalitat d'actualitzar i adaptar els plans d'estudi a les necessitats reals del mercat, el CTESC recomana fomentar el diàleg entre el sector i l'educació formal.

16. Cal potenciar les pràctiques formatives i les beques de formació. En aquest sentit, el CTESC recomana flexibilitzar els procediments per realitzar les pràctiques, per tal que es puguin fer en els moments que realment hi ha més demanda del sector (per exemple, els caps de setmana), millorar-les per fer que realment l'alumne esdevingui "l'ombra" del seu tutor/a, preveure beneficis per a aquelles empreses que contractin laboralment alumnes que han tingut en pràctiques, etc. Ara bé, també cal fer didàctica entre les empreses perquè aquestes entenguin la finalitat i el concepte de les pràctiques; no poden confondre les pràctiques i la borsa de treball.

17. Així mateix, caldria fomentar la flexibilitat dels títols, com fan altres països (com ara Holanda), potenciant els creuaments de titulacions. En aquesta línia, el CTESC valora positivament la possibilitat que ofereixen alguns centres d'obtenir la doble titulació dels següents cicles formatius: Cuina i gastronomia i Serveis en restauració (Escola Joviat, CETT i Via Magna) i Direcció de cuina i Direcció de serveis de restauració (CETT).

18. Cal incidir també en la qualitat del professorat de la formació turística, millorant els processos de selecció i introduir mecanismes de formació permanent i d'avaluació continuada del professorat, amb la finalitat darrera de captar els/les professionals més competents.

Des del punt de vista territorial, l'oferta formativa es **concentra** al voltant de la ciutat de Barcelona i comarques properes, fet que pot suposar un impediment per accedir-hi per a determinades empreses i persones del sector, sobretot les procedents de la zona interior rural. La formació en línia o no presencial, que permetria resoldre aquesta dificultat d'accés territorial (i alhora de costos), és de difícil desenvolupament massiu en el sector, atesa la importància de l'element presencial i "experiencial" en aquest tipus de formació.

19. Tenint en compte la distribució territorial de les ofertes formatives i les potencialitats de la tecnologia i la web 2.0, el CTESC recomana, sempre que sigui possible, potenciar i desenvolupar formules mixtes de formació presencial i en línia per tal que aquesta formació sigui accessible al major nombre d'empreses i persones arreu del territori.

20. D'altra banda, es podria optar també per l'especialització temàtica en funció del territori (turisme rural, esports d'aventura...). Un exemple pot ser l'adaptació curricular que s'ha fet en el cicle formatiu de grau mitjà Conducció d'activitats fisicoesportives al medi natural, especialista en estacions de muntanya, implantat per primera vegada el curs 2011-2012 a l'IES Pont de Suert.

21. Un element cabdal per afavorir la mobilitat de les persones cap als centres de formació especialitzats són les beques de mobilitat, que el CTESC recomana potenciar.

Per últim, de l'anàlisi de l'oferta formativa es pot desprendre una certa **especialització en funció de la categoria ocupacional per nivell educatiu**. Així les categories de direcció i gerència d'organitzacions turístiques, comercialització i màrqueting, recepció, agents d'intermediació, organització d'esdeveniments, guiatge i animació turística són les principals destinatàries de l'educació superior, sobretot la universitària i en menor grau, els cicles formatius de grau superior. En canvi, les categories d'auxiliars de cuina i sala, xefs i cuiners/es, maîtres i cambrers/es, manteniment i neteja i assistència turística, són les principals destinatàries de la formació professional reglada i per a l'ocupació.

Cal tenir en compte però, que es poden produir certs solapaments en determinats casos, com ara per la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques, atès que és una sortida professional per a tots els graus en turisme, molts màsters oficials i cursos d'extensió universitària, i alhora per a dos cicles formatius de grau superior, fet que pot dificultar l'orientació acadèmica i professional de persones interessades en incorporar-se al sector i exercir aquesta ocupació.

Aquesta situació contrasta amb la d'altres comunitats autònomes, on aquestes titulacions estan orientades a categories ocupacionals diferents. Aquest fet afecta la concepció de les empreses sobre cada títol, i pot explicar perquè, per a determinades categories ocupacionals, es considera que són necessaris nivells mínims d'estudis diferents.

22. El CTESC recomana millorar la coordinació entre les administracions competents en les diferents ofertes formatives per evitar, en alguns casos, solapaments i accions formatives redundants.

Pel que fa a la **demanda de formació** per part de les empreses del sector, cal tenir en compte que la informació prové de l'enquesta feta *ad hoc* i dirigida als gerents i responsables de formació de les empreses turístiques entrevistades, en compliment de la demanda del Departament

d'Empresa i Ocupació d'analitzar la importància de la formació en el sector turístic, focalitzant-se en la perspectiva empresarial.

Així, l'estudi mostra com en general **es demana un nivell d'estudis mínim baix, s'inverteix poc en la formació** del personal i **no es preveu** fer-ne en el curt termini, malgrat la **importància** que atorguen aquestes empreses a la formació com a element per afavorir la seva competitivitat. L'**experiència** continua sent més valorada en els processos de selecció que el nivell formatiu de la persona.

Davant aquesta situació, el CTESC recomana:

23. Incentivar la inversió de recursos en formació, com ara, els recursos en noves tecnologies.

24. Cal una reflexió sobre quines actuacions afavoririen que tant les empreses com les persones treballadores assumissin la importància de la formació en el sector.

25. És fonamental que les empreses planifiquin a curt i mitjà termini les seves necessitats formatives i que per fer-ho, comptin amb la participació de les persones treballadores, ja sigui directament o a través dels seus representants legals. Cal garantir una interlocució veritable amb les persones treballadores en l'elaboració del Pla de formació així com el consens en la utilització dels crèdits de formació i el temps de formació invertit, entre d'altres aspectes. De tota manera, el CTESC considera que l'organització de la formació no ha de ser obligatòriament coresponsabilitat de l'empresa i el seu personal.

26. La manca de planificació de la formació per part de les empreses afecta negativament la planificació de l'oferta formativa dels centres de formació.

27. Els acords col·lectius de sector o d'empresa han de ser el marc de referència en matèria de formació i han de poder-se adaptar a les necessitats del territori.

28. Per garantir una millor detecció de les necessitats formatives del sector turístic, el CTESC recomana que les persones que hi treballen participin en aquesta detecció, a través de les seves organitzacions sindicals més representatives. La via adient per garantir aquesta participació és incorporar aquestes organitzacions a la Taula de Turisme, concebuda com a plataforma de participació entre els agents públics i privats amb incidència en el sector turístic, i que té com a funció específica, entre d'altres, la de fer recomanacions i proposar actuacions en l'àmbit de la formació en turisme.

29. Pel que fa a les microempreses i petites empreses, és important que incrementin la seva participació en xarxes per crear formació conjunta, educació i activitats de reclutament. En aquest sentit, el CTESC recomana que les institucions públiques posin en marxa iniciatives per crear aquests tipus de xarxes, a més d'afavorir un punt de trobada entre l'oferta i la demanda formativa.

Les categories ocupacionals on es demana un nivell formatiu més elevat són la direcció i gerència d'organitzacions turístiques, la comercialització i màrqueting, els/les agents d'intermediació, el guiatge turístic i l'organització d'esdeveniments.

30. Tot i això, el CTESC recomana establir mecanismes d'actuació davant la sobrequalificació i subocupació en el sector turístic.

31. D'altra banda, cal tenir en compte que, pel que fa a la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques, les habilitats directives de l'alta gerència són diferents de les dels petits empresaris (amb perfil emprenedor). El CTESC recomana tenir en compte aquesta diferència, atès que és important per a la planificació de l'oferta formativa dirigida a aquesta categoria ocupacional.

Els principals **impediments** apuntats per les empreses entrevistades per no fer formació i sobre els que caldria treballar per superar-los són la manca de temps del personal, la dificultat de compaginar els horaris de la formació amb els laborals i personals, els desplaçaments fins els centres formatius i, en les empreses mitjanes i grans i del sector de l'allotjament, la manca de motivació dels treballadors.

32. Per tal d'afavorir la disposició de les persones treballadores a fer formació, el CTESC recomana que les empreses facilitin la formació efectiva del personal.

33. Tal com indica el Servei d'Ocupació de Catalunya, el CTESC recomana que cal incorporar la formació a les empreses de menor dimensió, moltes de les quals no disposen d'una gestió planificada de recursos humans i que en molts casos vinculen fer formació a un increment del risc de perdre el treballador/a per una ocupació millor.

En general, l'empresa és qui acostuma a **organitzar** les accions formatives, dirigides a cobrir les **principals mancances formatives**:

- Pel que fa a les competències transversals: l'aprenentatge de llengües estrangeres, la gestió dels conflictes i la resolució de problemes, la iniciativa i la creativitat, la planificació, l'organització i el control.

- Pel que fa a les competències específiques destaca: la cuina, els viatges, la cultura i els museus, i les competències en informàtica i noves tecnologies aplicades a la comercialització i màrqueting dels productes i empreses.

- Tot i existir una àmplia oferta formativa d'idiomes, de forma presencial i en línia, no s'assoleix un nivell competencial satisfactori.

Davant aquestes mancances formatives, el CTESC recomana:

34. Reforçar les competències transversals en els currículums, especialment importants en aquest sector.

35. La demanda creixent de persones amb domini d'idiomes dels mercats emergents (com ara el xinès, el rus i el japonès), fa necessari fomentar l'aprenentatge d'aquests idiomes d'una banda, i de l'altra, emprendre accions d'orientació, formació i/o requalificació cap al sector turístic destinades als segments de població següents:

- L'alumnat que té com a llengua materna algun dels idiomes emergents, com ara el xinès, el rus, el japonès ...

- La població en situació d'atur o en processos de requalificació que té com a llengua materna algun d'aquests idiomes emergents.

36. Per millorar les competències en idiomes, a més de l'imprescindible i insubstituïble esforç individual, les administracions tenen la responsabilitat de posar les bases per millorar els resultats en aquesta àrea, incidint tant en els recursos i les metodologies aplicades a la formació com en el foment d'altres mecanismes que han mostrat la seva eficàcia en l'aprenentatge d'idiomes (la generalització de les versions originals en els mitjans audiovisuals, les estades a l'estranger, etc.).

37. Tot i que molts dels programes formatius incorporen continguts en TIC, els resultats indiquen que cal seguir reforçant el currículum de formació turística en tot el que fa referència a les TIC, aplicades tant a la comercialització i el màrqueting com al suport d'experiències turístiques més gratificants.

38. Pel que fa a les competències de gestió de conflictes i resolució de problemes, iniciativa i creativitat i planificació, organització i control, el CTESC recomana abordatges complementaris al recurs de la formació i que passen per la combinació de diferents polítiques que cada cop estan més i millor implantades a les empreses:

- Supervisió personal i directa que permeti detectar les conductes i els procediments que són susceptibles de millora i instruir els canvis pertinents;

- Implantació de sistemes de gestió i control de la qualitat;

- Instauració d'incentius vinculats a l'execució eficient i de qualitat.

39. Com indica el CEDEFOP (2010), en un entorn cada vegada més globalitzat, no només els clients de

les empreses turístiques procedeixen de diferents països sinó també el personal que hi treballa. Per tant, el CTESC recomana potenciar el desenvolupament de les competències interculturals entre el personal ocupat al sector.

40. Una altra competència transversal que cal desenvolupar és la sostenibilitat aplicada tant a la gestió dels establiments com a la configuració dels productes i paquets turístics.

41. D'altra banda, el CTESC recomana fomentar l'esperit emprenedor, incrementant els coneixements sobre elaboració d'un pla d'empresa, el finançament i l'estratègia de consolidació.

- Pel que fa a les categories ocupacionals o àrees: atenció al client en el cas d'auxiliars de cuina i sala i xefs i cuiner/es; coneixements sobre nous mercats i novetats turístiques en el personal d'organització d'esdeveniments; gestió de cases rurals i de càmpings al personal de l'àrea d'allotjament; i formació en direcció i gerència en el cas de les microempreses.

Davant aquestes mancances formatives, el CTESC recomana:

42. Incidir en l'aprenentatge d'àmbits clau que configuren una experiència turística positiva com és l'atenció al client. Els reptes per al sector són l'acollida i l'hospitalitat. Si volem distingir-nos clarament d'altres destins, la qualitat del servei és vital.

43. Satisfer una demanda significativa de formació en gestió turística, sobretot en l'àmbit de la formació continuada, clarament manifestada per les empreses més petites.

44. Adequar l'oferta formativa a les noves necessitats de "*multi-skilling*" que requereixen determinades categories ocupacionals, i a la necessitat creixent de flexibilitat que demana el sector, amb un pes important en competències interdisciplinàries.

Cal tenir en compte però, que probablement degut al mètode seguit per obtenir aquesta informació per part de les empreses,[12] combinat amb una situació present d'elevada inestabilitat econòmica, les mancances formatives detectades són en general poc "innovadores" i amb poca projecció de futur. És a dir, estan molt centrades en el funcionament diari de les empreses i reflecteixen poca anticipació als canvis. En aquest sentit la demanda turística és sensible a una pluralitat de factors, com ara la conjuntura econòmica nacional i internacional, la demografia i els efectes de l'augment de l'esperança de vida de la població, els canvis en l'estil de vida de la societat, les noves tecnologies, la necessitat de garantir un desenvolupament sostenible dels recursos, etc

Tot i l'impacte de la crisi actual i els canvis de les tendències de consum de la població pel que fa als productes turístics i la demanda turística, el sector turístic es troba davant de noves oportunitats. El CTESC recomana:

45. Potenciar continguts formatius adreçats directament a un turisme més especialitzat: familiar, cultural, gastronòmic, enològic, d'oci, rural, de gent gran, esportiu, de benestar, etc., mitjançant, per exemple, noves combinacions de cursos i especialitzacions, afavorint un model híbrid de continguts, com ara vincular habilitats tradicionals de l'hostaleria amb la salut o amb l'esport.

Per últim, pel que fa al **format de les accions formatives**, l'estudi demostra que en general les empreses opten:

- Principalment per la formació en un centre extern, a excepció del subsector del transport i de la restauració, que es decanten per organitzar-la a la pròpia empresa.

[12] Tal com s'ha explicat abastament al capítol 4 l'enquesta s'ha fet telefònicament en base a un qüestionari molt complet, la qual cosa podia comportar un cert "cansament" en la persona entrevistada i poca predisposició a fer projeccions de futur.

- Per la formació presencial les empreses d'allotjament i transport, mentre que les del subsector de la restauració, la intermediació turística i les situades a l'interior rural del país es decanten per un model mixt, que combini la formació presencial i la formació en línia o a distància.

- Iniciar el curs a l'hivern pel que fa a les empreses de l'allotjament i la restauració, estiguin a l'interior rural o al litoral, i a la tardor, les dedicades a la intermediació turística i les situades a la capital.

En aquest sentit, el CTESC recomana:

46. Assessorar les empreses turístiques sobre la planificació de la formació, per fer-la coincidir en els períodes de més baixa ocupació i, al mateix temps, adequar l'oferta formativa a aquests períodes.

47. En un sector molt heterogeni pel que fa a horaris i jornada de treball, és imprescindible dissenyar accions formatives que puguin adaptar-se als requeriments de les empreses. En aquest sentit un recurs interessant és la formació semipresencial i en línia.

48. D'altra banda, i sobretot pel que fa a la formació professional per a l'ocupació, el CTESC recomana definir eines que facilitin que els alumnes finalitzin els processos formatius encara que la seva situació laboral canviï.

49. Fer un esforç per innovar el format de les accions formatives. Així per exemple, podria ser interessant el foment d'estades formatives a altres empreses d'altres països, dels intercanvis entre persones treballadores de diferents empreses o l'aplicació de tècniques de *coaching* i *mentoring*.

Com a reflexió final, cal tenir en compte que les consideracions anteriors s'han fet adoptant una perspectiva generalista, que és susceptible de ser desagregada en funció del sector d'activitat de l'empresa, la seva dimensió i ubicació territorial, tal com s'ha fet al llarg de l'estudi.

1. Introducció i metodologia

1.1. Plantejament de l'estudi

El present estudi s'elabora en compliment de la demanda inicialment efectuada per l'Honorable Conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet i Biosca, i confirmada amb posterioritat al canvi de Govern de finals de l'any 2010, pel Departament d'Empresa i Ocupació. L'estudi s'emmarca en els treballs de renovació del Pla estratègic de turisme de Catalunya 2005-2010.

Atesa la importància estratègica, tant en termes econòmics com d'ocupació, del sector del turisme a Catalunya i atesos els canvis que s'han donat en el sector els darrers anys, la formació de les persones que hi treballen esdevé un element clau per superar amb èxit els reptes als quals ha de fer front.

Els canvis estructurals que està afrontant el sector (demanda de major qualitat, sostenibilitat ambiental i social, recerca de la identitat pròpia de cada territori, individualització dels serveis, preus competitius, etc) obliguen les empreses del sector a adaptar-se i a buscar solucions que alhora demanen noves capacitats a les persones que en formen part. Aquestes noves capacitats poden obtenir-se, en gran part, a partir d'accions formatives de diferent estructura i contingut.

Des d'aquesta perspectiva, la demanda del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa s'estructura en quatre eixos:

a) Configuració d'un mapa d'ocupacions de les activitats turístiques.

b) Descripció i anàlisi de l'oferta de formació sectorial per a la família de l'hostaleria i el turisme en la formació professional (tant la reglada com la formació per a l'ocupació) i la formació universitària.

c) Valoració de la formació per part de les empreses, amb especial incidència en la importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció inicial i de promoció interna.

d) Detecció i anàlisi de les mancances de tipus formatiu i d'oferta territorial en matèria de turisme.

Malgrat aquests quatre eixos d'anàlisi, es demana al Consell que l'estudi es focalitzi en la perspectiva de la demanda de formació per part de les empreses. És a dir, en el valor que atorguen les empreses a la formació de què disposen les persones que treballen en activitats turístiques. Aquest valor es projecta tant en la importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció i de promoció professional, com en el valor afegit que proporcionen les diferents titulacions obtingudes en activitats formatives.

El present estudi parteix del concepte de petita empresa establert en la Recomanació 2003/361/CE de la Comissió, de 6 de maig de 2003, sobre la definició de microempreses, petites i mitjanes empreses,[13] que es determina en funció del personal i del volum de negocis o del balanç general anual.[14]

D'altra banda, en aquest apartat introductori cal també determinar quines activitats es consideren incloses en el concepte genèric i transversal de "sector turístic", atès que moltes empreses, de di-

[13] DOUE L 124, de 20.5.2003.

[14] Així, es considera que una empresa és *mitjana* si ocupa menys de 250 persones i té un volum de negocis anual que no supera els 50 milions d'euros o té un balanç general anual que no supera els 43 milions d'euros.
Es defineix una empresa petita com aquella que ocupa menys de 50 persones i té un volum de negocis anual o un balanç general anual inferior als 10 milions de euros.
Finalment, es defineix una microempresa com una empresa que ocupa menys de 10 persones i té un volum de negocis anual o un balanç general anual que no supera els 2 milions d'euros.

ferents branques d'activitat, participen en l'oferta de serveis als turistes, i a la vegada produeixen altres béns o ofereixen altres serveis no relacionats amb l'activitat turística (Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya [CTESC], 2007).

La majoria d'informes sobre aquest sector concreten conceptualment l'àmbit material d'estudi. Cal tenir en compte però, que el Pla estratègic del turisme a Catalunya 2005-2010 no fa una delimitació clara ni inicial de quines activitats s'inclouen sota el "sector del turisme", si bé al llarg del document pot entendre's que parteix d'un concepte ampli, en referir-se a una varietat considerable d'activitats: restauració, allotjament turístic, agències de viatge i, amb caràcter general, activitats d'atenció i suport als turistes (Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, 2006).

La delimitació de les activitats que s'inclouen en el sector turístic facilita l'operabilitat de l'anàlisi, si bé inevitablement implica ometre determinada informació que pot resultar rellevant. En el present estudi s'adopta una perspectiva àmplia, atès que forma part dels treballs preparatoris d'un nou Pla estratègic del sector, si bé no omnicomprensiva.

El punt de partida és la definició de turisme de l'Organització Mundial del Turisme (OMT): "Conjunt d'activitats que desenvolupen les persones durant els seus viatges i les estades en llocs diferents del seu entorn habitual, durant un temps consecutiu inferior a un any, amb finalitat d'oci, negocis i altres motius i sense dur a terme una activitat remunerada des del lloc visitat"(citada a Institut Cerdà, 2006).

A partir d'aquesta definició, l'informe *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008* (Duro *et al.*, 2010) inclou sota el concepte "sector turístic" les activitats conegudes com a específiques turístiques, és a dir, aquelles que sense la demanda turística quedarien típicament i sensiblement disminuïdes: allotjament i restauració, transports (marítim i terrestre), agències de viatges i oci i entreteniment. Així, no s'ataca l'estimació de la producció vinculada a altres activitats demanades pels turistes i que, de fet, afectarien transversalment gairebé tots els sectors econòmics de la zona (Duro *et al.*, 2009).

En concret les activitats que cal analitzar són les següents: allotjament, restauració, transport, activitats d'oci i d'entreteniment, agències de viatge (o intermediació turística en general) i transport. Aquesta tria comporta excloure altres subsectors (com ara el comerç al detall o la construcció) l'activitat de les quals està influïda pel turisme, però que s'han exclòs per considerar que aquesta activitat no està dirigida principalment a satisfer la demanda turística.[15]

Seguint amb l'estudi dirigit per Duro *et al.* (2010), cal tenir en compte que tres dels cinc subsectors identificats com a representatius del sector turístic representen el 97% del PIB turístic global: restauració i allotjament (69,7%), transports (14,4%) i activitats d'oci i recreatives (13,4%).

La taula següent concreta els codis CCAE–93 que empra l'estudi de Duro, estableix les equivalències amb els codis de la CCAE–2009 i agrupa les activitats en els cinc subsectors ja enunciats. Un avantatge que aporta la classificació d'activitats del 2009 és que permet millorar la delimitació i precisió de les activitats considerades turístiques. Així, per exemple, permet excloure el transport de mercaderies en la branca de transport, tal com apareix reflectit en la taula següent.

[15] La mateixa opció metodològica s'ha seguit en altres estudis. Vegeu també: Duro, J. A. *et al.* (2010) i Observatori del Treball de les Illes Balears (2010).

TAULA-1. Activitats incloses en el concepte "sector del turisme", per epígrafs de la CCAE–2009 (i correspondències amb la CCAE–93)

CCAE 93	Equivalències CCAE 2009
Allotjament	
551 Hotels i establiments hotelers	551 Hotels i allotjaments similars
	559 Altres tipus d'allotjaments
552 Càmpings i altres tipus d'allotjament de curta durada	552 Allotjaments turístics i altres allotjaments de curta durada
	553 Càmpings
Restauració	
553 Restaurants	561 Restaurants i establiments de menjar
554 Establiments de begudes	563 Establiments de begudes
555 Menjadors col·lectius i provisió de menjars preparats	562 Provisió de menjars preparats per a celebracions i altres serveis de menjars
Transports	
601 Transport per ferrocarril	491 Transport interurbà de passatgers per ferrocarril
	492 Transport de mercaderies per ferrocarril
602 Altres tipus de transport terrestre	493 Altres tipus de transport terrestre de passatgers
	494 Transport de mercaderies per carretera i servei de mudances
611 Transport marítim	501 Transport marítim de passatgers
	502 Transport marítim de mercaderies
612 Transport per vies de navegació interiors	503 Transport de passatgers per vies de navegació interiors
	504 Transport de mercaderies per vies de navegació interiors
62 Transport aeri i espacial	511 Transport aeri de passatgers
	512 Transport aeri de mercaderies i transport espacial
Intermediació	
633 Activitats d'agències de viatges, majoristes i minoristes del turisme i altres activitats d'ajut al sector turístic	791 Activitats de les agències de viatges i operadors turístics
	799 Altres serveis de reserves i activitats que s'hi relacionen
711 Lloguer d'automòbils	771 Lloguer de vehicles de motor
Activitats d'oci i entreteniment	
923 Activitats artístiques i d'espectacles	799 Altres serveis de reserves i activitats que s'hi relacionen
	855 Altres activitats d'educació (inclou educació relacionada amb l'esport i les activitats recreatives)
	900 Activitats de creació, artístiques i d'espectacles
	932 Altres activitats recreatives i d'entreteniment
925 Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres institucions culturals	910 Activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals
926 Activitats esportives	855 Altres activitats d'educació (inclou educació relacionada amb l'esport i les activitats recreatives)
	931 Activitats esportives
	932 Altres activitats recreatives i d'entreteniment
927 Activitats recreatives diverses	920 Activitats relacionades amb els jocs d'atzar i les apostes
	932 Altres activitats recreatives i d'entreteniment

Nota: Taula de correspondències CCAE-93 i CCAE-2009: Idescat. Les caselles en gris corresponen a activitats de la CCAE-2009 que corresponen a les de la CCAE-93 englobades dins el "sector turístic", però que s'exclouen per la seva manca de relació directa amb el turisme.
Font: elaboració pròpia.

Es descarten doncs, altres criteris més restringits seguits en altres estudis, com l'elaborat pel CTESC (2007), que no va analitzar els transports, o l'Informe de la Comissió Europea que únicament analitza el sector de l'hoteleria i la restauració (Comissió Europea, 2009).[16]

En síntesi, l'objectiu de l'estudi és una anàlisi del valor que atorguen les empreses turístiques a la formació de què disposen les persones que treballen en aquest sector i que comprèn, com ja s'ha dit, les activitats de restauració, allotjament, transport, intermediació turística i activitats d'oci i entreteniment.

Amb aquesta finalitat, l'estudi s'estructura en set capítols i un annex, que inclouen aquest primer, referent al plantejament i la metodologia, i el setè, titulat «Bibliografia i documentació».

El capítol 2, titulat «Mapa de les ocupacions del sector turístic», s'estructura en dos grans apartats: el primer analitza les característiques de l'ocupació en el sector; el segon conté pròpiament el mapa de les ocupacions turístiques i presenta, agrupades en dotze categories, el conjunt d'ocupacions que es poden identificar en el sector, tal com s'ha definit en aquest primer capítol.

A continuació, el capítol 3, «Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme», descriu l'oferta existent a Catalunya relacionada amb les ocupacions i les activitats del sector turístic, intentant fer especial referència a les competències que es desenvolupen en aquestes accions formatives.

El capítol 4, titulat «Demanda de formació de les empreses del sector turístic», presenta els resultats de l'enquesta feta *ad hoc* per a la realització de l'estudi amb la finalitat d'analitzar les necessitats formatives de les empreses del sector turístic i, en concret, observar les diferències pel que fa a la valoració de la formació i les mancances formatives per subsectors, grandària de l'empresa i zona turística. L'annex 1 conté el qüestionari emprat per fer les entrevistes de l'enquesta.

La combinació de la informació continguda en els capítols 3 i 4 es recull all capítol 5, «Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda formativa en el sector turístic», que tracta sobre el paper de la formació en les empreses turístiques, analitza l'encaix de l'oferta i la demanda per cada categoria ocupacional identificada (s'han elaborat dotze fitxes, una per cada categoria) i recull un seguit de propostes a partir de l'enquesta sobre com millorar l'adaptació de l'oferta formativa a les necessitats de les empreses.

Per últim, el capítol 6, «Consideracions i recomanacions», conté aquelles consideracions de l'estudi que els membres del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya volen emfasitzar i que alhora permeten emmarcar les recomanacions del Consell al Govern.

1.2. Metodologia

La metodologia seguida per elaborar els capítols d'aquest estudi, construïda sobre la base de les tècniques d'investigació social, s'estructura en diversos nivells i varia en funció de l'apartat de l'estudi.

Els dos apartats que formen el capítol 2, «Mapa de les ocupacions del sector turístic», responen a metodologies diferents. L'apartat primer analitza les característiques de l'ocupació del sector turístic a partir de les dades estadístiques existents, mentre que el segon proposa un mapa d'ocupacions del sector elaborat a partir de la bibliografia existent i basat en la Classificació Catalana d'Ocupacions aprovada el 2011.

El capítol 3, «Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme», presenta una aproximació a l'oferta formativa del sector turístic per al curs 2010-2011 (si bé també s'ha complementat amb al-

[16] L'estudi associa sector turístic a l'hoteleria i la restauració perquè ambdues activitats suposen el 70% del sector turístic a la UE, si bé els subsectors hoteler i restauració tenen una vinculació més alta amb el turisme que el servei de càtering i cantines.

guna referència al curs 2011-2012). La informació s'ha obtingut principalment a partir de la recerca a les pàgines web de les diferents institucions educatives i de la comanda de dades específica tramitada al Servei d'Ocupació de Catalunya pel que fa a la formació professional per a l'ocupació.

Per elaborar el capítol 4, titulat «Demanda de formació de les empreses del sector turístic», i amb la finalitat de conèixer el valor i la demanda de formació per la banda de les empreses turístiques, s'ha dut a terme una enquesta per telèfon assistida per ordinador a una mostra representativa de responsables de formació d'empreses que depenen econòmicament del turisme. L'itinerari de l'entrevista telefònica s'ha adaptat als professionals autoocupats.

S'han fet 430 entrevistes vàlides mitjançant un mostreig aleatori estratificat, sense assignació proporcional i distribuint la mostra de manera equilibrada per grandària de l'empresa, sector i territori. El marge d'error per al conjunt de la mostra ha estat de ± 4,8. Per fer l'anàlisi estadística i interpretar els resultats, la mostra s'ha ponderat en funció del pes real que té cada sector turístic i cada dimensió d'empresa.[17]

El capítol 5, «Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda formativa en el sector turístic», respon a la fusió de la informació continguda en els capítols 3 i 4 del present informe, mentre que el darrer capítol, «Consideracions i recomanacions», recull les aportacions finals dels membres del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya.

D'altra banda, i amb la finalitat de proporcionar als membres del grup de treball i membres de les organitzacions presents al CTESC una visió completa de les necessitats formatives presents i futures de les empreses del sector turístic, s'ha realitzat una sessió de treball amb experts en l'àmbit de la formació en el sector del turisme per tal de debatre sobre l'encaix de l'oferta formativa amb les necessitats requerides per les empreses i alhora apuntar possibles recomanacions.

En aquesta sessió van assistir com a experts, el senyor Iñaki Gorostiaga, director d'Escola Superior d'Hostaleria de Barcelona (ESHOB) i el senyor Damià Serrano, director del Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona, així com membres del CTESC, representants del Departament d'Empresa i Ocupació, del SOC i de l'Institut DEP.

En aquesta sessió de treball es van debatre els primers resultats de l'enquesta elaborada *ad hoc* per a aquest informe (i que s'analitza amb detall al capítol 4). Les reflexions dels assistents i sobretot dels experts s'han tingut en compte al llarg de l'informe i, en especial, al capítol que inclou les consideracions i recomanacions.

1.3. El turisme a Catalunya

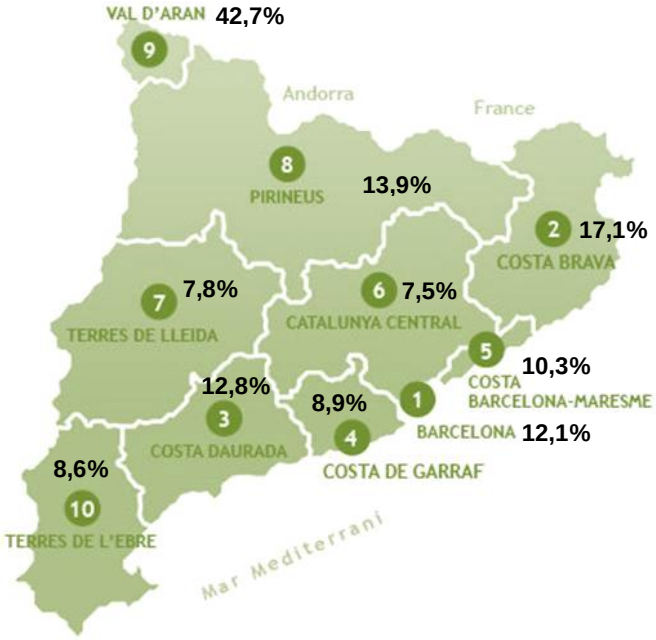
El turisme a Catalunya és un dels principals motors de l'economia catalana, atès que l'any 2011 representa l'11,1% del PIB català i l'11,6% de les persones ocupades a Catalunya (Duro i Rodríguez, 2011). En aquest sentit, s'ha constituït com la primera destinació estatal receptora de turisme estranger i de pernoctacions de l'Estat espanyol. Tot i que França i els Estats Units lideren la posició a nivell mundial, cal mencionar que Catalunya també té pes en aquest àmbit, ja que rep una quota propera al 2% dels fluxos turístics internacionals. No obstant això, el procés de globalització ha incrementat la competència a escala global, la qual cosa ha donat pas a la progressiva consolidació de noves destinacions emergents, com Àsia i Àfrica, així com de nous perfils turístics.

Segons les dades de l'Observatori d'Empresa i Ocupació (2011), el 88% del turisme estranger de primera destinació prové d'Europa i, en concret, han estat França, el Regne Unit, Itàlia, Alemanya, els Països Baixos i els Països Nòrdics els que han generat la fracció principal del turisme estranger que ha rebut Catalunya. Cal destacar el significatiu increment interanual, tant en termes absoluts com relatius, del turisme rus i neerlandès (el 43,3% i 29,3%, respectivament).

[17] Vegeu l'apartat 4.1, «Metodologia», del capítol 4, «Demanda de formació de les empreses del sector turístic».

El turisme de la resta de l'Estat que ha visitat Catalunya ha crescut també respecte de l'any anterior (el 12,3%), si bé el nombre de viatges que fan els turistes espanyols de la resta de l'Estat a Catalunya ha davallat el 2,7%, tal com reflecteix el gràfic de la pàgina següent. Les persones residents a la Comunitat de Madrid, Aragó i la Comunitat Valenciana han estat les que més han viatjat a Catalunya, exceptuant-ne el turisme autòcton. D'altra banda, cal destacar que, de les deu marques turístiques catalanes, les que tenen més pes en l'economia del territori són la Vall d'Aran i la Costa Brava, tal i com es pot observar a la figura següent (Duro *et al*., 2010).

FIGURA-1. PIB turístic específic al PIB global per als territoris de cada marca turística (2010)



Font: Duro i Rodríguez (2011).

Tot i la crisi econòmica, l'any 2011 es caracteritza, igual que el 2010, per la recuperació del sector turístic, tal i com es pot observar als gràfics següents i com es desprèn d'alguns estudis (Institut d'Estudis Turístics, 2012), fet que presenta el sector turístic com un dels escassos factors de creixement de l'economia espanyola i catalana.

Aquest creixement del sector en un context marcat per la crisi econòmica, la inestabilitat financera i l'elevat atur reflecteix com el turisme ha esdevingut cada vegada més una necessitat essencial en els països industrialitzats, sobretot en el cas dels turistes que viatgen per oci.[18] En aquest sentit, l'any 2011 el 79,6% del turisme estranger de primera destinació i el 44,9% del turisme de la resta de l'Estat, van venir a Catalunya per motius d'oci i vacances (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2012).[19]

L'enquesta de l'Eurobaròmetre sobre les actituds dels europeus envers el turisme (Comissió Europea, 2011) també posa de manifest la tendència a l'alça dels viatges motivats per plaer, atès que aquests representen el 36% sobre el total de raons que condueixen a viatjar. Aquest context, juntament amb altres factors que seran analitzats a continuació, està fent aflorar noves necessitats en el sector turístic, noves formes turístiques i nous hàbits de consum.

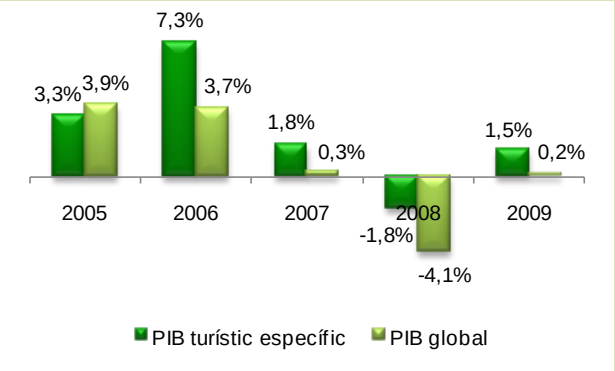
Als gràfics següents es presenten quatre indicadors que mostren l'evolució turística del sector en els darrers anys. En relació amb el gràfic del creixement del PIB turístic específic en relació amb el

[18] Cal tenir en compte però, que els principals increments es registren entre els turistes estrangers (tant pel que fa a viatgers com a despesa), mentre que el turisme domèstic redueix les sortides a l'estranger i la despesa (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2012).
[19] Cal tenir en compte però, que en el turisme procedent de la resta de l'Estat aquest percentatge ha davallat respecte del 2010.

PIB global de l'economia catalana, extret de l'informe *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2010* (Duro i Rodríguez, 2011), val a dir que s'han considerat com a activitats específiques aquelles que recomana l'Organització Mundial del Turisme, tal com estableix el primer apartat d'aquest estudi.

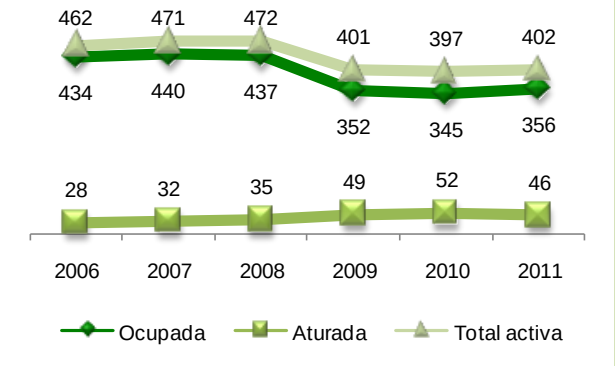
GRÀFIC-1. Indicadors del turisme. Catalunya 2005-2011

1. Creixement del PIB turístic específic en relació amb el PIB total de l'economia catalana



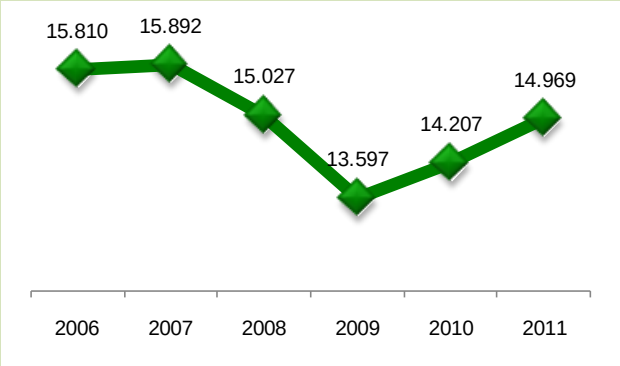
Unitats: percentatges.
Font: Duro i Rodríguez (2011).

2. Evolució de la població activa



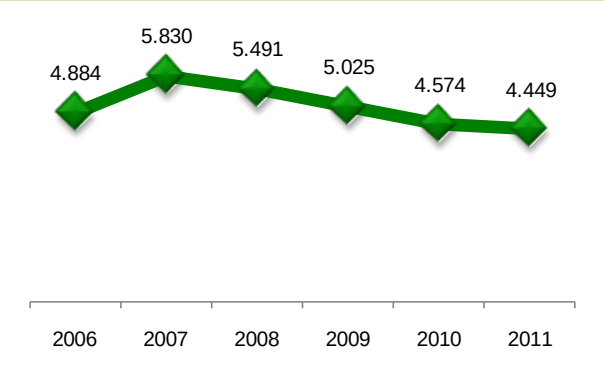
Unitat: milers de persones.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Observatori d'Empresa i Ocupació.

3. Turistes estrangers a Catalunya



Unitat: milers de persones.
Nota: Les dades inclouen viatges de 1a i 2a destinació.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Observatori d'Empresa i Ocupació i l'Institut d'Estudis Turístics.

4. Viatges dels turistes de la resta de l'Estat a Catalunya



Unitat: milers de persones.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Observatori d'Empresa i Ocupació i l'Institut d'Estudis Turístics.

Tal i com recull el Pla estratègic de turisme de Catalunya 2005-2010, podem afirmar que Catalunya és una destinació turística madura, amb un territori molt divers i ofereix una gran riquesa cultural, històrica i natural, la qual cosa es tradueix en una diversitat d'atractius i recursos turístics, així com en una identitat pròpia. Malgrat aquestes característiques, el turisme català s'ha concentrat, tradicionalment, en segments altament vinculats a l'estacionalitat, entre els quals destaca el turisme de sol i platja i el turisme de muntanya. Aquesta concentració ha generat algunes dificultats, com ara les congestions, les massificacions i diversos problemes en la gestió dels serveis turístics.

Tot i aquest panorama, des de finals dels anys noranta, la tendència del sector turístic apunta cada vegada més cap a la diversificació i es detecten noves exigències de la demanda turística, que incorporen elements com la sostenibilitat, la qualitat, el coneixement i la innovació, necessaris per

a fomentar el creixement i la competitivitat del sector en una economia global. D'altra banda, atesa la conjuntura actual, les noves tendències s'han de conjugar amb l'assoliment dels reptes del sector, basats en la disminució del turisme lligat a l'estacionalitat, l'impuls de la diversificació de productes i segments de mercat i el manteniment del turisme emissor actual.

Cal tenir en compte alguns factors que tenen una clara influència en l'evolució del model turístic:

- Demografia
- Canvi en l'estil de vida de la societat
- Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC)
- Sostenibilitat ambiental
- Influència geopolítica
- Activitat legislativa
- Conjuntura econòmica internacional

Pel que fa a la **demografia**, davant l'augment progressiu de l'esperança de vida de la població més enllà dels 65 anys, creix la demanda turística d'un segment de la població en edat avançada en disposició de fer turisme fora de temporada i durant períodes més llargs. Fruit d'aquest fet, es detecten noves necessitats en el sector turístic, com ara serveis accessibles, facilitat de transport o atenció mèdica, entre d'altres. Els elements claus del canvi demogràfic que tenen incidència sobre el turisme són l'envelliment progressiu de la població mundial, els moviments migratoris i les noves estructures familiars, entre d'altres (European Travel Comission, 2010). L'estudi assenyala que, en el cas d'Europa, és previsible, de cara a l'any 2030, un creixement notable de la població de més de 50 anys, la qual cosa pot ser una oportunitat per al desenvolupament i la desestacionalització del turisme en aquest sector de la població, atès el seu poder adquisitiu i la seva major disponibilitat de temps lliure.

Els **canvis en l'estil de vida de la societat** han comportat, entre d'altres conseqüències, la reducció de la dimensió de les unitats familiars, un major interès per la salut i la recerca d'experiències innovadores, en les quals es valora l'autenticitat de les destinacions. També des del punt de vista de la demanda turística, els consumidors cada vegada són més formats i més exigents, la qual cosa fa que emergeixin noves destinacions turístiques i, en aquest sentit, la competència sigui més gran. Tot i l'aparició de nous perfils turístics, en el context de la diversificació turística, aquests coexisteixen amb la tendència dominant a Catalunya des dels anys 50, caracteritzada pel turisme de masses (Llagostera, 2009).

En relació amb aquesta idea, la Comissió Europea (2009) identifica els principals factors de canvi del sector turístic i, a partir d'aquí, construeix quatre escenaris possibles de cara a l'any 2020, amb les seves implicacions en les competències i perfils professionals de les persones treballadores del sector, tal i com es pot observar a la taula següent.

Creixement econòmic continuat i globalització

↑

ESCENARI "MARCO POLO"	ESCENARI "BODY SHOP"
Forta individualització pel que fa a la demanda del client.	Increment de serveis i experiències fets a mida.
Més possibilitats d'especialització.	La salut reemplaça el benestar: voluntariat, comerç just i menjar orgànic.
Benestar personal i confort.	"Resorts" sostenibles i restaurants.
Polarització i segmentació del mercat: luxe versus descompte. Desaparició dels termes mitjans.	Estil de vida saludable i vacances.
Més empreses multinacionals, tot i que també predominen les petites i mitjanes empreses especialitzades.	Espiritualitat – diferents tipus de luxe.
Alt creixement del turisme provinent d'economies emergents, com les de Xina i Índia.	Increment mitjà dels viatges internacionals i intercontinentals.
Molts més europeus trien experiències i vacances fora d'Europa.	Alta especialització i segmentació del mercat amb més petites i mitjanes empreses i algunes multinacionals.
Competències requerides: personal especialitzat amb competències, no tant tècniques, sinó relacionades amb el comportament personal i la comunicació, amb la finalitat d'atendre les necessitats específiques i innovadores dels clients.	Competències requerides: competències culturals i socials per tal de poder individualitzar la qualitat del servei.

Escapisme ← **→ Puritanisme**

ESCENARI SOL I PLATJA	ESCENARI ASCETISME
Serveis i experiències produïts en massa.	Vida simple.
Alta competitivitat en els preus: es cerquen millors experiències a preu reduït.	Turisme a prop de casa – decrement dels viatges internacionals.
Conformisme – poca especialització.	Vacances bàsiques: no luxe – no confort.
Confort però no luxe.	Menjar: vegetarià, orgànic i productes locals.
Increment de viatges a nivell regional.	Cerca d'experiències sanes, sostenibles i barates.
Vacances a destinacions barates, entre les quals destaquen els nous Estats membres com a destinació.	Domini de les petites i mitjanes empreses. Molt poques multinacionals.
Economies d'escala, poques petites i mitjanes empreses.	Competències requerides: coneixements sobre salut i medi ambient.
Competències requerides: més administratives i de gestió.	

↓

Recessió econòmica i nacionalisme

D'altra banda, la societat està immersa en una revolució tecnològica i l'ús cada vegada més freqüent de les **tecnologies de la informació i la comunicació** (TIC) modifica la relació entre la indústria turística i els seus clients. Aquest fenomen reverteix en un augment de l'autoorganització dels viatges per part dels turistes, en detriment de la contractació de paquets turístics,[20] atesa l'ampliació dels canals de distribució turística.

Fruit de la importància d'aquest factor, el Pla per la recerca i la innovació 2010-2013 fa menció, per primera vegada, del sector turístic amb l'objectiu d'incorporar les noves tecnologies, tot mantenint i preservant els principis de sostenibilitat territorial, econòmica i identitària. En l'àmbit estatal, el Pla nacional i integrat de Turisme 2012-2015 situa les TIC com la base per innovar en el sector, especialment en la gestió dels destins madurs. Es considera fonamental aprofitar les oportunitats que ofereix Internet i les xarxes socials, treballar en xarxa per poder afrontar els reptes del sector turístic i impulsar la transformació dels processos de comercialització, mitjançant l'adaptació als nous entorns i espais relacionals creats per les TIC.

Tanmateix, cal tenir en compte que l'evolució de la interacció humana amb el territori ha fet que el consum de recursos hagi augmentat significativament, la qual cosa també ha repercutit en la degradació de l'entorn. En aquest sentit, els problemes ambientals de caràcter global, com ara l'afebliment de la capa d'ozó, el canvi climàtic, els processos de contaminació de les grans ciutats, la pèrdua de part de la biodiversitat i la gran dependència de les fonts energètiques externes com és el cas del petroli, tenen incidència en el sector. Així es treballa en la implantació d'un model de **desenvolupament sostenible***,* que ha de conjugar la preservació del territori i la seva identitat, la viabilitat de les activitats econòmiques que s'hi duguin a terme i l'ús òptim dels recursos ambientals, atès que són un element fonamental per al desenvolupament turístic.

Catalunya té un territori divers i atractiu, així com una posició estratègica a nivell mundial. L'actual moment econòmic atorga al turisme una gran rellevància econòmica, i és en aquest context quan resulta més necessari implementar els criteris de sostenibilitat ambiental a l'activitat turística i

[20] No obstant això, a nivell estatal destaca l'increment del 12,2% respecte del 2010 de l'ús del paquet turístic per part dels turistes estrangers, fet que pot estar influït per la inestabilitat política en determinats països durant l'any 2011, com ara el nord d'Àfrica (Institut d'Estudis Turístics, 2012*)*. En canvi, a Catalunya creix el percentatge del turisme estranger que viatja sense paquet turístic, en passar del 79,2% el 2010 al 83,2% el 2011.

aprofitar al màxim les potencialitats que ofereix el territori. Aquesta necessitat va acompanyada d'una tendència cap al canvi d'actitud envers el turisme, tant per part dels usuaris com de les empreses, cada vegada més conscients de la preservació del territori i del medi ambient i de la necessària eficiència econòmica de les activitats turístiques. Impulsar el turisme sostenible a Catalunya suposaria incorporar nous valors de natura i territori, conciliar els interessos turístics i l'ús sostenible, així com aplicar mesures d'ecoeficiència a les instal·lacions (Mayol *et al.*, 2010).

Un element important a tenir en compte en l'evolució del turisme és la **influència geopolítica**, que pot condicionar la demanda turística d'algunes destinacions. Així doncs, les revoltes que van tenir lloc a Egipte i a Tunísia el 2011, per exemple, han afectat favorablement Espanya com a destinació turística. Com a conseqüència d'aquesta conjuntura, també es poden observar alguns canvis de tendències, com ara la consolidació de viatges organitzats, atesa la manca de capacitat d'oferir viatges per part de les destinacions del nord d'Àfrica, i l'augment de les reserves anticipades, que contrasta amb el pes de les reserves fetes a última hora en temporades anteriors (Institut de Turisme d'Espanya, 2011). D'altra banda, també es constata que en aquestes situacions el preu deixa de ser un factor determinant i els turistes tendeixen a triar destinacions que els aportin seguretat.

Tanmateix, també hi ha factors de canvi relacionats amb **l'activitat legislativa** en matèries transversals al turisme però amb una incidència clara, com ara la prohibició de fumar, la normativa referent a la higiene i seguretat alimentària, la prevenció de riscos laborals i socials, la responsabilitat social i ambiental i la protecció dels consumidors, entre d'altres. L'acompliment d'aquesta normativa va adreçada a oferir productes turístics competitius i segurs, i, en aquest sentit, és un element que contribueix a garantir l'atractiu turístic dels establiments. Tot i així és necessari trobar un equilibri entre la normativa i els impactes econòmics que aquesta suposa per als establiments turístics, ja que aquest factor també és determinant a l'hora d'implantar negocis (Sánchez *et al.,* 2008). En matèria de normativa també cal destacar la voluntat de les administracions públiques d'agilitzar i simplificar els procediments i tràmits, com ara la substitució de l'autorització administrativa per la declaració responsable per tal d'iniciar l'activitat turística.

Igualment, no es pot obviar la **conjuntura econòmica internacional i nacional**, que està condicionada per l'evolució dels preus de l'energia, el comportament dels tipus d'interès i el tipus de canvi de l'euro amb el dòlar, entre d'altres. A més, cal assenyalar la influència de la crisi econòmica sobre el turisme de tal manera que es demanen viatges de més curta durada i es constata una competència creixent entre les agències de viatges, tant presencials com virtuals. Així mateix, les dades demostren que si bé en general no es renuncia a viatjar, sí ha canviat el comportament de la població: creixen els viatges de proximitat i es redueixen les estades a l'estranger, a més de davallar la despesa turística.[21]

Per afrontar la creixent diversitat d'interessos dels turistes i el nombre cada vegada més elevat de competidors, la majoria d'estudis apunten al fet que cal potenciar els punts forts del turisme a Catalunya, com l'enoturisme i el turisme gastronòmic, el paisatge, el senderisme i el cicloturisme, l'ecoturisme, l'accessibilitat al patrimoni cultural, així com reorientar el model turístic de sol i platja per tal de dinamitzar el sector.

Atès el context de canvi, cal també que el sector s'adeqüi a les noves necessitats i, per fer-ho, no es pot obviar un element cabdal, la formació, que està estretament relacionada amb la situació del mercat de treball del sector. En aquest sentit, cal tenir en compte la situació de l'ocupació i les condicions de treball del sector, analitzades a l'apartat 2.2. d'aquest estudi, ja que tenen relació amb el model turístic que ha imperat en els darrers anys, el de sol i platja. Així doncs, l'elevada estacionalitat comporta que hi hagi un índex elevat de treball temporal que atrau persones joves, sobretot en períodes curts d'alta demanda del turisme. També hi ha un gran nombre de persones

[21] L'any 2011creixen els viatges del turisme català tant dins el territori català (el 74%) com a la resta de l'Estat (2,1%), mentre que davallen els viatges a l'estranger (el 2,6%) (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2011).

treballadores a temps parcial, sobretot dones. Pel que fa a les condicions de treball, destaquen els horaris llargs i la necessitat de realitzar hores extraordinàries, sobretot en períodes de puntes de feina. D'altra banda, el sector es caracteritza per un índex elevat de rotació del personal treballador.

Aquest context repercuteix negativament en la motivació vers la formació, tant per part de les persones treballadores com de les empreses. Els nous reptes turístics requereixen noves capacitats professionals per part de les empreses i persones treballadores del sector. És per això que esdevé necessari detectar les necessitats formatives del sector, així com els punts de millora de l'encaix entre l'oferta i la demanda de formació, la qual cosa és objecte del present estudi.

2. Mapa de les ocupacions del sector turístic

2.1. Característiques de l'ocupació

A nivell internacional el sector turístic és un dels sectors que els darrers anys ha experimentat un creixement més ràpid i que l'any 2010 representa més d'un terç del total del comerç mundial de serveis i ocupa el 8% del número total d'ocupats (Organització Internacional del Treball [OIT], 2010). En el cas de Catalunya, la població ocupada en el sector turístic és especialment rellevant, atès que l'any 2011 representa el 16,1% de la població ocupada en el sector serveis i l'11,6% del total de persones ocupades a Catalunya (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2012).

El sector, en general, es caracteritza per la diversitat, la complexitat i la fragmentació de les relacions laborals, atès que inclou un ventall molt ampli d'ocupacions, tant directament vinculades amb el turisme com indirectament. La majoria de les activitats turístiques tenen un component estacional, concentrat bàsicament en el segon i tercer trimestre de l'any, la qual cosa fa que moltes de les relacions laborals del sector siguin temporals i precisin de formes laborals flexibles, no només en termes d'estacionalitat anual, sinó també dins d'espais més curts, com la setmana o inclús el dia. Aquesta flexibilitat està lligada amb les condicions de treball, caracteritzades per horaris de feina freqüentment irregulars, torns discontinus, de cap de setmana, nocturns o en períodes de vacances.

L'estacionalitat del sector, generada com a conseqüència de la concentració de la demanda en determinats períodes, és un dels factors que fa que el sector sigui percebut com a poc estable des del punt de vista laboral, la qual cosa pot dificultar l'atracció de talent per part de les empreses turístiques, així com desincentivar la inversió de recursos en formació. En aquest sentit, cal tenir en compte que, segons l'última edició del Monitor de competitivitat turística relativa de les comunitats autònomes espanyoles (Exceltur, 2010), Catalunya té un bon sistema educatiu de base i destaca per l'atractiu de l'oferta formativa universitària, situant-se en segon lloc respecte de les altres comunitats autònomes. Tot i això, l'informe constata que aquests condicionants de base no han tingut un impacte suficientment rellevant per tal d'assolir una millora en l'estabilitat de l'ocupació del sector turístic.

Prèviament a l'anàlisi de les dades de l'ocupació en el sector turístic de Catalunya, cal posar de manifest que aquestes s'han extret de l'explotació de les dades referents a Catalunya de l'Enquesta de població activa (INE) que duu a terme l'Institut d'Estudis Turístics, organisme dependent del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme. També s'ha emprat com a font la Direcció General de Turisme, a partir de les dades de la Secretaria d'Ocupació i Relacions Laborals pel que fa a l'anàlisi de les dades sobre els treballadors del sector turístic afiliats a la Seguretat Social i l'Enquesta de conjuntura laboral, elaborada pel Ministeri d'Ocupació i Seguretat Social, pel que fa a les dades sobre jornada laboral.

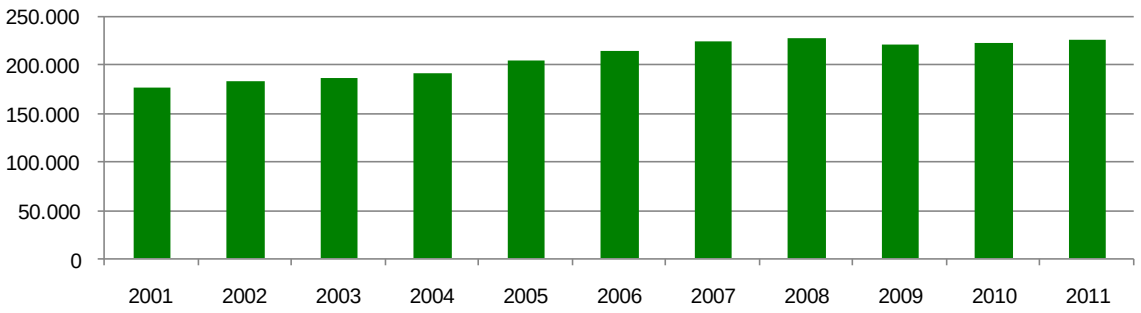
A les taules següents es presenta un resum sobre l'evolució de les principals magnituds relacionades amb el sector turístic, així com de l'afiliació dels treballadors/ores turístics a la Seguretat Social.

TAULA-2. Principals magnituds de l'ocupació del sector turístic. Catalunya, 2011

	2011			Taxa de variació interanual 2010-2011			Taxa de creixement anual acumulativa (2001-2011)		
	Sector turís-tic	Sector serveis	Total acti-vitats	Sector tu-rístic	Sector serveis	Total activi-tats	Sector turístic	Sector serveis	Total activitats
Població activa	402.809	2.426.375	3.813.551	1,6	2,0	0,0	1,0	3,0	2,1
Població ocupada	356.513	2.216.401	3.079.563	3,3	1,3	-1,8	0,7	3,0	0,9
Població aturada	46.296	209.974	733.988	-9,7	10,0	8,4	3,5	3,2	10,6
Persones assalariades	281.138	1.860.700	2.593.961	2,2	0,9	-1,5	1,3	3,4	1,1
Persones autònomes	75.375	355.398	485.300	7,2	3,9	-3,2	-1,1	1,5	-0,3
Persones assalariades amb contracte temporal	76.522	391.299	521.090	12,1	11,2	9,8	0,2	1,4	-1,4
Taxa de temporalitat	27,2	21,0	20,1	9,7	9,9	11,7	-1,1	-1,9	-2,4

Unitats: nombre de persones i taxes en percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Institut d'Estudis Turístics.

GRÀFIC-2. Evolució de l'afiliació a la Seguretat Social en el sector turístic. Catalunya, 2001-2011

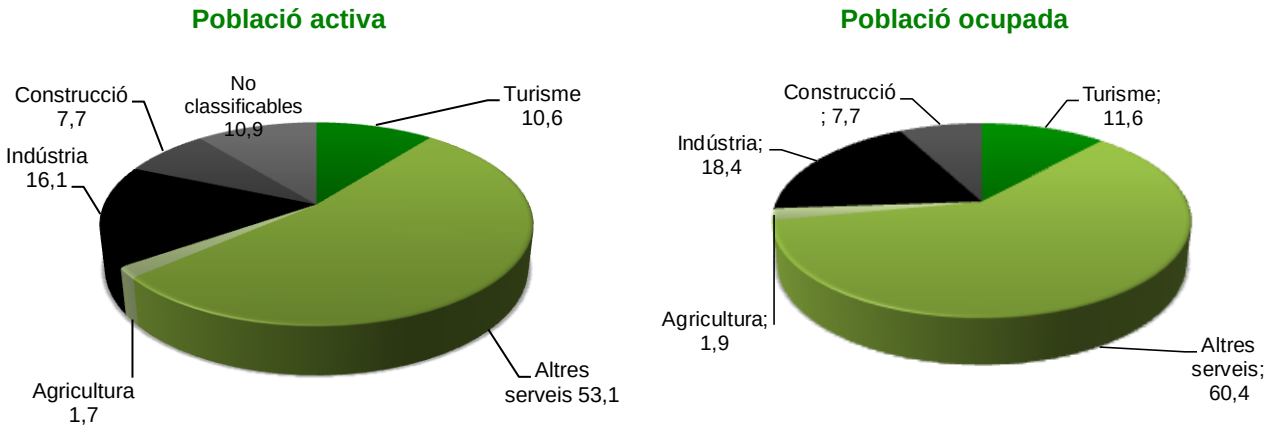


Unitats: nombre de persones.
Nota: Aquestes dades inclouen les branques d'activitat següents: serveis d'allotjament, serveis de menjars i begudes i agències de viatges i operadors turístics (CNAE-2009).
Font: elaboració pròpia a partir de l'Institut d'Estudis Turístics.

Pel que fa a la **població activa** en el sector, les dades mostren que, com a mitjana anual el 2011, aquesta és de 402.809 persones, un 1,6% més que l'any anterior, trencant així la tendència decreixent registrada en anys anteriors,[22] fet que presenta el sector turístic com atractiu en termes d'ocupació, atès el comportament anticíclic que ha registrat el darrer any, tal com es constatarà a continuació. D'altra banda, cal tenir en compte que la població activa del sector turístic representa el 16,6% de la població activa en el sector serveis i el 10,6% del total de la població activa a Catalunya. L'any 2010 aquests percentatges van ser lleugerament inferiors, del 16,4% i del 10,4% respectivament.

Quant a la **població ocupada**, ha estat de 356.513 persones de mitjana anual el 2011, dada que representa el 88,5% de la població activa del sector turístic. Partint d'aquestes dades, cal assenyalar que la indústria turística ha generat l'11,6% del total de persones ocupades de Catalunya i el 16,1% de l'ocupació al sector serveis de Catalunya. Respecte del 2010, la població ocupada s'ha incrementat el 3,3%, trencant de nou la tendència decreixent dels darrers anys, i creixent per sobre del creixement registrat en el sector serveis (1,3%). Aquests increments contrasten amb la davallada general de la població ocupada a Catalunya (de l'1,8%, tal com conté la taula anterior)

GRÀFIC-3. Distribució de la població activa i ocupada per sectors econòmics. Catalunya, 2011



Unitats: percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir d'Idescat i de l'Institut d'Estudis Turístics.

Del total de la població ocupada, més de tres quartes parts (el 78,9%) són assalariats i la resta autònoms (el 21,1%). L'any 2011 Catalunya ha estat la comunitat autònoma amb més volum mitjà d'assalariats en activitats de la indústria turística (16,7% del total), seguida de la Comunitat de Madrid (amb 16,3%) i alhora la comunitat autònoma amb més volum mitjà d'autònoms (17% del total), seguida d'Andalusia (15,9%).

En el sector hi ha gairebé el mateix nombre d'homes que dones assalariats, si bé els primers són una mica més de la meitat (el 52,1%). Amb alguna fluctuació, els darrers anys s'observa un augment de la presència de les dones entre la població assalariada, atès que han passat de representar el 41,6% l'any 2008 al 47,9% ja citat el 2011.

Pel que fa a l'evolució interanual de la població assalariada, el 2011 es trenca la tendència decreixent observada des de l'any 2008[23] i creix el 2,2% respecte del 2010. En canvi, l'any 2010 el nom-

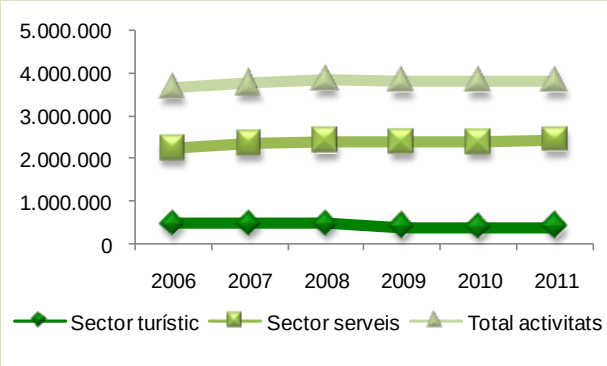
[22] La població activa en el sector turístic va decréixer l'1,1% l'any 2010 respecte del 2009, i el 15,1% el 2009 respecte del 2008.
[23] L'any 2009 va davallar el 19% respecte del 2008 i el 2010 el 2,5% respecte del 2009.

bre de treballadors autònoms ja va créixer lleugerament, i el 2011 s'intensifica aquest creixement, en registrar una variació positiva del 7,2%.

Del total de treballadors/ores assalariats, el 27,2% tenen contracte temporal, el 12,1% més que l'any anterior. Respecte dels anys anteriors el pes de la contractació temporal sobre el total de la població assalariada ha crescut (va ser el 24,8% el 2010 i el 23,7% el 2009). Aquesta temporalitat té una clara relació amb l'estacionalitat que caracteritza el sector turístic. Així, si s'analitza la taxa de temporalitat per trimestres, es constata que al tercer trimestre de l'any aquesta té un valor superior (30,7%) que al primer trimestre (23,7%), al segon trimestre (28,9%) i al quart trimestre (25%). Aquestes dades posen de manifest que la taxa de temporalitat del sector turístic és superior a la taxa de temporalitat mitjana a Catalunya, la qual ha estat del 20,1% l'any 2011.

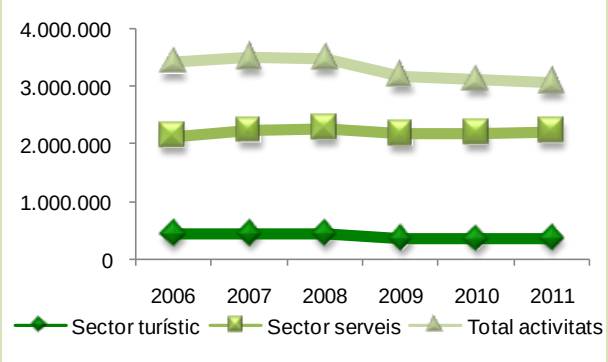
GRÀFIC-4. Indicadors d'ocupació al sector turístic, sector serveis i el total d'activitats. Catalunya, 2006-2011

Evolució de la població activa



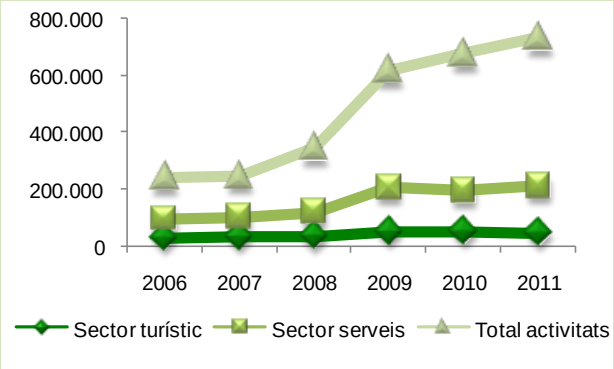
Unitats: persones.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Institut d'Estudis Turístics.

Evolució de la població ocupada



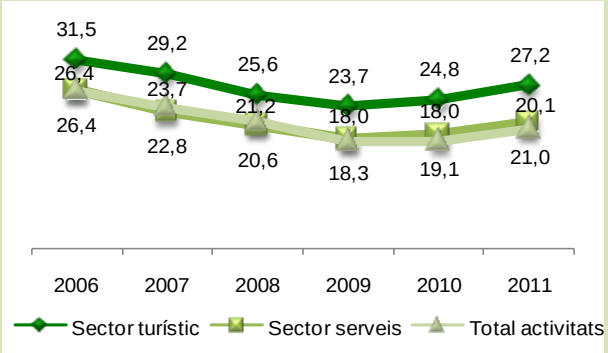
Unitats: persones.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Institut d'Estudis Turístics.

Evolució de la població aturada



Unitats: persones.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Institut d'Estudis Turístics.

Evolució de la taxa de temporalitat



Unitats: percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir de l'Institut d'Estudis Turístics.

L'any 2011 hi ha hagut 46.296 **persones en situació d'atur** (el 11,5% del total de la població activa), el 9,7% menys que l'any anterior. Aquesta reducció de la població aturada en el sector turístic contrasta amb l'increment registrat en la població aturada del sector serveis (10%) i del total de la població aturada (8,4%). Tot i això, la taxa d'atur del sector turístic és superior a la taxa d'atur del sector serveis (que és del 8,7%), però clarament inferior a la total (19,2%). En relació amb la taxa d'atur del total de l'Estat (21,6%), la de Catalunya ha estat 2,4 punts percentuals inferior.

Pel que fa al **nivell de formació** de les persones treballadores del sector turístic no es disposa de dades desagregades a nivell de Catalunya. No obstant això, de l'anàlisi de les dades a nivell estatal es constata que el 61,7% de la població activa del sector disposa d'estudis secundaris, el 24,1%, d'estudis postsecundaris i la resta, el 14,1%, només disposa d'estudis primaris. La taxa de variació interanual indica que els col·lectius que han augmentat han estat el de persones amb estudis postsecundaris (el 5,1% més que l'any anterior) i el de persones amb estudis secundaris (0,9%), mentre que les persones amb estudis primaris han davallat el 6,1% respecte del 2010.

Quant a la població ocupada i la població aturada, els percentatges referents al nivell formatiu segueixen la mateixa dinàmica.

La **jornada laboral mitjana** de les persones treballadores del sector turístic ha estat de 1.520,9 hores anuals, el 2,7% menys que a l'any 2010. En relació amb la jornada laboral del conjunt de l'Estat, a Catalunya ha estat 18,3 hores superior. Pel que fa a la resta de comunitats autònomes, Catalunya ocupa la cinquena posició. Les comunitats amb una jornada laboral mitjana més elevada són, per aquest ordre, les Illes Canàries (1.609,3 hores), la Comunitat de Madrid (1.571,7 hores), les Illes Balears (1.569 hores), Andalusia (1.529,5 hores) i Catalunya.

Les dades sobre les **persones treballadores afiliades a la Seguretat Social** apunten una situació no tan optimista en termes d'ocupació com la reflectida per les dades de l'EPA.

De mitjana anual, l'any 2011 Catalunya ha registrat 386.500 persones afiliades a la Seguretat Social, el 0,2% més que l'any anterior. El règim general (en endavant, RGSS) ha representat el 71,2% de l'afiliació total, el 0,9% més que l'any anterior, i el règim dels treballadors autònoms (en endavant, RETA), el 28,8% restant, amb un decrement interanual de l'1,6%. Per trimestres, l'afiliació de treballadors al RGSS ha mostrat valors interanuals de creixement continu, mentre que l'afiliació al RETA ha evolucionat en sentit contrari. Pel que fa a l'estacionalització, Catalunya ha registrat una evolució estacional dels treballadors/ores afiliats a la Seguretat Social, si bé l'afiliació al RETA ha estat una mica més desestacionalitzada.

Més del 80% de les persones afiliades a la Seguretat Social treballen al litoral català (en concret, a les marques turístiques de la Costa Brava, la Costa Daurada, la Costa del Garraf i Barcelona, així com la marca Catalunya Central).

Pel que fa a l'evolució interanual, gairebé totes les marques turístiques han tingut resultats d'afiliació a la Seguretat Social de sentit negatiu, excepte les marques Barcelona (2,2%) i Costa de Garraf (0,6%). Cal destacar que Barcelona ha estat l'única marca que ha registrat una evolució trimestral creixent.

No obstant això, si s'analitza l'afiliació segons el règim s'aprecien lleugeres diferències: la quota d'afiliació al RGSS ha estat negativa a tot el territori català, excepte a les marques Barcelona i Costa del Garraf, on ha crescut el 3,5% i l'1,6%, respectivament. En canvi, el RETA ha obtingut valors d'afiliació negatius respecte de l'any anterior en totes les marques, sobretot a les Terres de l'Ebre, que han registrat el decrement més intens (-2,7%).

TAULA-3. Persones afiliades a la Seguretat Social segons règim d'afiliació i marca turística. Catalunya, 2011

	Afiliats RGSS	Variació 2010-2011	Afiliats al RETA	Variació 2010-2011
Costa Brava	28,8	-0,6	10,0	-0,7
Costa Daurada	24,5	-1,5	8,2	-1,3
Pirineus	5,9	-2,4	3,6	-1,0
Catalunya Central	32,8	-2,6	24,1	-1,2

Costa de Garraf	35,5	1,6	15,9	-1,6
Costa de Barcelona - Maresme	11,3	-0,4	6,4	-2,2
Terres de Lleida	8,0	-0,7	4,7	-1,3
Barcelona	123,5	3,5	34,8	-1,9
Terres de l'Ebre	3,3	-7,0	2,7	-2,7
Val d'Aran	1,4	-15,3	0,4	-1,1
Catalunya	275,1	0,9	111,4	-1,6

Unitats: milers de persones i taxes en percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir del Departament d'Empresa i Ocupació.

D'aquesta breu anàlisi del mercat de treball del sector es desprèn que el sector turístic presenta un comportament diferenciat de la resta de sectors, en registrar creixement de la població ocupada i descens de la població en situació d'atur; tot i que continua sent un sector estacional, la qual cosa es veu reflectida en les fluctuacions trimestrals de determinades variables. D'altra banda, ateses les noves tendències turístiques observades a l'apartat primer d'aquest estudi, la majoria d'estudis posen de manifest que el nou panorama representa una oportunitat de cara a l'aparició de noves ocupacions i la possible desestacionalització d'una part del sector.

2.2. Mapa de les ocupacions

L'objectiu d'aquest apartat és reflectir de manera senzilla, però alhora completa la constel·lació d'ocupacions que es poden identificar en el sector del turisme. Per tal que aquest mapa no sigui excessivament ampli (i per tant inoperatiu), però tampoc massa restrictiu (i per tant, amb mancances significatives), cal tenir en compte una sèrie de consideracions prèvies.

El punt de partida són les activitats que s'han detallat en el capítol 1 com a incloses en el "sector turístic": allotjament, restauració, transports, intermediació turística i activitats d'oci i entreteniment. Ara bé, no totes les ocupacions de les empreses i/o organitzacions que es dediquen a aquestes activitats poden ser qualificades de "turístiques", atès que algunes no tenen una relació directa amb els clients – turistes (com ara l'oficial de màquines d'un creuer o l'actor d'una obra de teatre) i d'altres perquè no són específiques d'una empresa turística i poden identificar-se també en empreses d'altres sectors (com ara un director financer d'una empresa gran).

L'excepció és el personal de neteja i manteniment. Si bé la seva tasca és necessària en pràcticament totes les empreses (si no totes), i per tant s'haurien d'excloure seguint el criteri anterior, en el sector turístic tenen una importància fonamental (sobretot d'allotjament i de restauració), atès que condicionen en gran mesura l'experiència del client–turista i la seva percepció de la qualitat del servei utilitzat.

D'altra banda, hi ha determinades ocupacions que, tot i pertànyer a un sector específic, s'intenta incloure en una de les categories ocupacionals identificades a l'estudi, per tal d'evitar un excessiu nombre d'ocupacions. Un exemple és la dels monitors d'esports d'aventura i altres activitats esportives (senderisme, cicloturisme, barranquisme, monitors d'esquí...), que es poden considerar inclosos en la categoria d'animació turística, en vincular-los a l'ocupació de monitors de temps lliure o guies d'activitats d'aventura.

El mapa d'ocupacions elaborat té una doble finalitat: d'una banda, reflectir com ja s'ha dit, les ocupacions més significatives del sector turístic i de l'altra, ser l'eina a partir de la qual s'han detectat les necessitats formatives de les empreses del sector, principal objectiu d'aquest estudi, i que s'analitza en el capítol 4.

El mapa s'ha construït a partir de la Classificació Catalana d'Ocupacions 2011 (CCO–2011) i s'ha complementat amb la informació publicada per l'Institut Català de les Qualificacions Professionals (ICQP)[24] relativa al sector analitzat, així com altres fonts documentals.[25] Amb aquesta informació, s'han creat onze categories ocupacionals, repartides en tres àrees, més una categoria residual, per incloure aquelles ocupacions no classificades en altres categories (anomenada "Altres").

TAULA-4. Mapa de les ocupacions del sector turístic, per àrea professional

ÀREA	OCUPACIONS
Transversals	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
	Comercialització i màrqueting
	Manteniment i neteja
Allotjament i restauració	Xefs i cuiners/es
	Maîtres i cambrers/es
	Auxiliars de cuina i sala
	Recepció
Intermediació i acompanyament turístic	Animació turística
	Guiatge turístic
	Agents d'intermediació
	Organització d'esdeveniments
	Assistència turística

Font: elaboració pròpia.

A continuació es descriuen les categories ocupacionals ja enunciades, seguint el següent esquema:

1. Descripció general de la categoria ocupacional
2. Competències (transversals i tècniques)[26]
3. Principals funcions
4. Formació necessària per exercir-la / vinculada
5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

2.2.1. Àrea transversal

Direcció i gerència d'organitzacions turístiques

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que planifiquen, dirigeixen i coordinen les activitats d'hotels, restaurants, allotjaments rurals i altres empreses o organitzacions que presten serveis relacionats amb el turisme, siguin o no de la seva propietat.

[24] En l'apartat "Serveis i Productes" de la plana web de l'ICQP, el subapartat "Serveis de Qualificació-Ocupació" conté, per a totes les famílies professionals, la relació entre llocs de treball, unitats de competència i nivell d'aquestes unitats.
[25] Principalment: Comissió Europea (2009), Altia Consultores (2009); Observatorio Ocupacional (2005); i la informació per ocupacions de la plana web *Careeronestop – Pathways to career success* (http://www.acinet.org/)
[26] Les competències tècniques poden definir-se com aquelles pròpies i exclusives d'una determinada ocupació, que sovint requereixen una formació específica per poder-les realitzar. En canvi, les competències transversals són, *a sensu contrario*, genèriques i exportables a qualsevol altra ocupació.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Directives i de lideratge.
- Gestió de personal i coordinació d'equips.
- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.
- Gestió de conflictes i resolució de problemes.
- Iniciativa i creativitat.
- Atenció i servei orientat al client.
- Idiomes.
- Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació.

Tècniques

- Direcció i organització d'empreses.
- Gestió comercial i de màrqueting.
- Gestió de compres, aprovisionament i logística.
- Gestió de recursos humans
- Gestió pressupostària, comptable, financera i estadística.

3. Principals funcions

- Dirigir i gestionar una unitat de producció en allotjament/restauració/altres.
- Dissenyar i comercialitzar ofertes, serveis i productes
- Fer la gestió economicofinancera de l'establiment
- Fer la gestió de qualitat ambiental i de seguretat
- Assegurar el manteniment i les condicions d'ús d'espais, instal·lacions i dotacions en els establiments.

4. Formació necessària per exercir-la

- Formació específica relacionada amb la direcció d'establiments turístics, màrqueting, administració d'empreses, distribució i venda de productes i serveis, etc.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions dels subgrups 14, 15 i 58 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 1411 – directors i gerents d'hotels 1419 – directors i gerents d'altres empreses d'allotjament (com ara motels i albergs juvenils; 1421 – directors i gerents de restaurants; 1422 – directors i gerents de bars, cafeteries i similars; 1429 – directors i gerents d'empreses de servei d'àpats i altres empreses de restauració.

- 1501 – directors i gerents d'empreses d'activitats recreatives, culturals i esportives (com ara parcs d'atraccions); 1509 – directors i gerents d'altres empreses de serveis (com ara agències de viatges i centres de conferències).

- 5840 – treballadors propietaris de petits allotjaments.

D'altra banda, cal tenir en compte que s'exclouen d'aquesta categoria els directors de recursos humans, els directors financers, els directors de logística i aprovisionament, etc., de grans empreses, atès que, com ja s'ha comentat, no es poden considerar ocupacions específicament turístiques, tot i pertànyer a una empresa o organització del sector.

Comercialització i màrqueting

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que treballen en l'àrea tradicional de màrqueting, però que desenvolupen ocupacions que recentment han adquirit una importància decisiva en el posicionament de l'empresa turística en el sector. S'inclouen aquelles ocupacions relacionades amb Internet i les xarxes socials, que també es podrien anomenar "ocupacions 2.0".

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Directives i de lideratge.

- Iniciativa i creativitat.

- Gestió de conflictes i resolució de problemes.

- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.

- Idiomes.

- Atenció i servei orientat al client.

- Orientació envers la qualitat.

Tècniques

- Gestió comercial i de màrqueting.

- Capacitat analítica i de síntesi.

- Ús d'aplicacions informàtiques, recerca d'informació i xarxes socials (blogs, RSS, Twitter, Facebook, etc), web 2.0, etc.

3. Principals funcions

- *Community manager:* crear, mantenir i promoure la marca i identitat digital de l'establiment, en línia amb els objectius estratègics de l'empresa. Recollir i canalitzar l'opinió del client/usuari.

- *Revenue manager*: optimitzar resultats, taxes d'ocupació i de preu mitjà de l'establiment.

- Director comercial i de màrqueting: gestionar i supervisar el funcionament de les activitats de màrqueting de l'empresa, així com la comunicació externa i les relacions amb la premsa i els mitjans de comunicació.

4. Formació necessària per exercir-la

- Formació específica relacionada amb el màrqueting, l'administració d'empreses, la distribució i venda de productes i serveis, etc.

- Formació relacionada amb les noves tecnologies, Internet, xarxes socials, etc.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Aquesta categoria no té un subgrup concret de la CCO–2011, tot i que es podrien considerar professionals de la publicitat i la comercialització (2651), i incloure llocs de treball com ara el constructor de marca (*branding*), la persona responsable de màrqueting comercial i relacions públiques, el gestor estratègic de vendes (*revenue manager*), el gestor de canals webs i mediàtics (*channel manager*) i els gestor de comunitats en línia o de xarxes socials (*community manager*).

Manteniment i neteja

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones responsables de la neteja i posada a punt de les instal·lacions d'empreses o organitzacions turístiques (habitacions, zones nobles, zones comunes, sala de menjador, etc), i a la vegada del manteniment de la roba de l'establiment i dels usuaris (realitzen les funcions de rentar, planxar i arreglar la roba), aplicant les normes de seguretat i higiene establertes en el sector.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Actitud cap a la neteja i l'ordre.

- Normes de seguretat i higiene.

- Treball en equip.

- Orientació envers la qualitat.

- Atenció i servei orientat al client.

- Governants d'hoteleria: planificació, organització i control; gestió de personal i coordinació d'equips; gestió del temps.

Tècniques

- Serveis personals i protocol (atenció a les necessitats del client, assolir els requisits de qualitat establerts, avaluació de la satisfacció del client).

- Tècniques de neteja.

- Conserges: gestió i ús de les instal·lacions, maquinària i equips; seguretat de les instal·lacions, del personal.

3. Principals funcions

- Supervisors/es i governants/es d'hoteleria: planificar, organitzar, dirigir i supervisar les activitats de neteja i manteniment dutes a terme en les plantes, habitacions, àrees de serveis i àrees públiques. Atenció de queixes i reclamacions i la seva resolució. Planificació de torns de treball.

- Resta del personal de neteja: fer la neteja i posada a punt de les habitacions, àrees comunes de les plantes, vigilant que les instal·lacions i el mobiliari estiguin en bon estat; mantenir la roba de l'establiment i dels usuaris tenint en compte les normes de seguretat i higiene del sector.

- Personal de manteniment i consergeria: posar a punt les instal·lacions d'empreses o organitzacions turístiques; satisfer seguint les normes de qualitat de l'establiment, les necessitats del client pel que fa a assistència i informació; supervisar i garantir el correcte manteniment de les zones comunes.

4. Formació necessària per exercir-la

Generalment no s'exigeix formació específica.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions dels subgrups 58 i 92 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 5831 – persones supervisores de manteniment i neteja d'oficines (que inclou els/les governants/es d'hoteleria); 5833 – els conserges d'edificis i similars.

- 9210 – personal de neteja d'oficines, hotels (cambrers/es de planta) i altres establiments similars; 9221 – netejadors de vehicles (avions, trens, autobusos), finestres i personal similar.

2.2.2. Àrea d'allotjament i restauració

Xefs i cuiners/es

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que dissenyen menús, creen plats i supervisen l'organització (xefs i caps de cuina), l'elaboració, la cocció, la presentació i la conservació d'aquests menús i plats (per part dels cui-

ners) en hotels, restaurants i altres establiments públics on se serveix menjar, així com en vaixells i trens, respectant les normes i pràctiques de seguretat i higiene en la manipulació alimentària.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Treball en equip.
- Flexibilitat funcional.
- Gestió de conflictes i resolució de problemes.
- Gestió del temps.
- Xefs / caps de cuina: directives i de lideratge; planificació, organització i control; iniciativa i creativitat; gestió de personal i coordinació d'equips.
- Cuiners: escolta activa.

Tècniques

- Normes de seguretat i higiene.
- Tècniques d'elaboració, manipulació, presentació, conservació i regeneració d'aliments.

3. Principals funcions

- Xefs / caps de cuina: organitzar i supervisar els processos d'aprovisionament, els processos de preparació i presentació d'elaboracions culinàries complexes; degustar aliments per a la seva selecció i ús; dissenyar i comercialitzar ofertes gastronòmiques, tradicionals, de cuina creativa i d'autor.
- Cuiners / pastissers: preparar, condimentar i presentar plats, postres i altres menjars; supervisar la neteja de la cuina i dels utensilis; conservar i envasar determinats aliments; col·laborar en la planificació de menús i cartes; controlar l'aprovisionament; rebre i controlar la qualitat dels aliments rebuts.

4. Formació necessària per exercir-la

És imprescindible tenir el carnet de manipulador d'aliments.

Per cuiners d'un determinat nivell s'exigeix formació específica, sobretot per a xefs i caps de cuina.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions dels subgrups 37, 50 i 51 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 3734 – caps de cuina i xefs (xefs executis, xefs pastissers, xefs salsers, segons de cuina).
- 5000 – cuiners propietaris de restaurants.

- 5110 – cuiners assalariats (cuiners de menjadors d'empresa, cuiners de restaurants, rebosters – pastissers, pizzers).

Complementen aquest llistat les ocupacions de cap de cambra freda i salser.

Maîtres i cambrers/es

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que serveixen menjar i beguda als clients de restaurants, bars, clubs i altres establiments similars, així com en institucions i a bord de vaixells i trens. També poden servir begudes alcohòliques i no alcohòliques als clients directament en la barra o a través de cambrers de taules.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.
- Atenció i servei orientat al client.
- Idiomes.
- Actitud cap a la neteja i l'ordre.
- Treball en equip.
- Flexibilitat funcional.
- Normes de seguretat i higiene.
- Maîtres / caps de sala: directives i de lideratge; planificació, organització i control; iniciativa i creativitat; gestió de personal i coordinació d'equips.

Tècniques

- Normes de protocol en restauració.
- Oferta gastronòmica i elaboració dels aliments.
- Maîtres / caps de sala: direcció, planificació, supervisió i control de sala i del personal; disseny de menús i cartes.
- Sommeliers: vins i altres begudes analcohòliques i alcohòliques diferents al vi.

3. Principals funcions

- Fer la posada a punt del menjador – restaurant / cafeteria – bar.
- Ajudar en la confecció de la carta o anàlegs, col·laborant amb el personal de cuina.
- Atendre i servir els clients.
- Informar sobre l'oferta i assessorar sobre plats i vi, si se li demana.

- Facturar i cobrar.

- Maîtres / caps de sala: dirigir, gestionar i supervisar una unitat de producció en restauració; supervisar la neteja del menjador, utensilis i parament; fer la gestió economicofinancera d'un establiment de restauració; fer la gestió de qualitat ambiental i de seguretat; dissenyar i comercialitzar ofertes de restauració; assessorar els clients sobre els plats i les begudes; atendre queixes.

- Sommeliers: tastar vins i altres begudes analcohòliques i alcohòliques diferents al vi; dissenyar ofertes de vins i altres begudes; fer anàlisis sensorials de productes selectes propis de sommelieria i dissenyar les seves ofertes; gestionar el bon funcionament de bodegues de conservació i maduració de vins per a restauració; assessorar els clients en la tria de les begudes tenint en compte el menjar escollit.

4. Formació necessària per exercir-la

És imprescindible tenir el carnet de manipulador d'aliments.

Per als cambrers d'un determinat nivell s'exigeix formació específica, sobretot per maîtres, caps de sala i sommeliers.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions dels subgrups 50 i 51 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 5000 – cambrers propietaris de bars i cafeteries.

- 5120 – cambrers assalariats (maîtres, sommeliers, caps de menjador, cambrers de barra i de taula).

Complementen aquest llistat les ocupacions de cap de bar, bàrman i consultor de begudes (aquesta darrera pot ser considerada com una ocupació emergent).

Auxiliars de cuina i sala

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que en establiments grans duen a terme les tasques bàsiques de suport a la cuina i la sala. Els auxiliars de cuina preparen i emmagatzemen els aliments, netegen els utensilis i assisteixen els cuiners en allò que necessitin; mentre que els auxiliars de sala duen a terme les activitats prèvies al servei, al postservei i als serveis simples de taula i barra, col·laborant amb tècnics de més nivell de qualificació.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Treball en equip.

- Flexibilitat funcional.

- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.

- Actitud cap a la neteja i l'ordre.

- Normes de seguretat i higiene.

- Auxiliar de sala: atenció i servei orientat al client.

Tècniques

- Operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes

3. Principals funcions

- Auxiliars de cuina: preelaborar aliments, preparar i presentar elaboracions culinàries senzilles i assistir en la preparació d'elaboracions més complexes, aplicant operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes.

- Auxiliars de sala: assistir en el servei, preparar i presentar begudes senzilles i menjars ràpids, aplicant operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes.

4. Formació necessària per exercir-la

Cal tenir el carnet de manipulador d'aliments.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions del subgrup 93 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 9310 – ajudants de cuina (marmitons, ajudants de rebosteria i neteja plats); 9320 – preparadors de menjar ràpid (com ara hamburgueses, sandvitxos, pizzes, kebabs).

Complementen aquest llistat les ocupacions d'ajudant de pastisseria i ajudant de cambrer.

Recepció

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que treballen en el departament de recepció d'un hotel o d'establiment d'allotjament, desenvolupant i garantint la correcta acollida i atenció al client, així com la correcta presentació i informació dels serveis de l'establiment.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Idiomes.

- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.

- Atenció i servei orientat al client.

- Orientació envers la qualitat.

- Caps de recepció: directives i de lideratge; planificació, organització i control; iniciativa i creativitat; gestió de personal i coordinació d'equips; gestió de conflictes i resolució de problemes.

Tècniques

- Ús d'aplicacions informàtiques: ofimàtica, gestió de reserves, facturació i canvi de divises.

- Comptabilitat i administració bàsica.

- Informació turística i serveis locals.

- Comercialització i de màrqueting.

- Caps de recepció i recepcionistes: coneixements sobre l'ús de sistemes informàtics (sistemes de gestió de reserves, cobrament de factures, canvi de divises); comptabilitat i administració bàsica.

3. Principals funcions

- Cap de recepció: planificar, organitzar i supervisar la tasca del departament de recepció en hotels i altres establiments d'allotjament; atendre i solucionar les demandes i queixes produïdes en el tracte amb el client.

- Recepcionistes d'hotel: rebre i registrar els clients en hotels i altres establiments d'allotjament, assignar-los habitació, lliurar les claus; subministrar informació sobre els serveis de l'establiment; reservar habitacions; mantenir un registre de les habitacions disponibles; fer la factura als clients que abandonen l'establiment i cobrar el seu import.

- Grums, mossos: transportar l'equipatge i les maletes dels clients de l'hotel o establiment d'allotjament, en estacions de tren, aeroports i similars.

4. Formació necessària per exercir-la

Caps de recepció i recepcionistes: generalment s'exigeix formació específica de l'àmbit turístic i idiomes.

Grums, mossos: no s'exigeix cap mena de formació específica.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions dels subgrups 44 i 94 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 4422 – recepcionistes d'hotel.

- 9431 – ordenances i grums; 9432 – mosso d'equipatges i similars.

Complementa aquest llistat l'ocupació de cap de recepció.

2.2.3. Àrea d'intermediació i acompanyament turístic

Animació turística

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que organitzen i dinamitzen activitats de temps lliure aplicant tècniques específiques d'animació grupal, amb la finalitat d'entretenir els clients adults i/o infantils d'un establiment mitjançant el desenvolupament d'activitats d'oci i esportives (jocs, concursos, festes, etc.).

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Directives i de lideratge.
- Planificació, organització i control.
- Iniciativa i creativitat.
- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.
- Idiomes.
- Comercialització i màrqueting.
- Atenció i servei orientat al client.

Tècniques

- Psicologia de grups (comportament humà, diferències en les capacitats de cada persona, personalitat i interessos, dinàmica de grups, etc).
- Meteorologia, seguretat i primers auxilis.

3. Principals funcions

- Organitzar festes i altres esdeveniments lúdics d'entreteniment.
- Executar i dinamitzar jocs i activitats físiques i recreatives, així com activitats d'animació cultural.
- Planificar (hora, lloc, desenvolupament de l'activitat...) i fer el seguiment de resultats de les activitats realitzades.

4. Formació necessària per exercir-la

Generalment no s'exigeix formació específica.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions del subgrup 37 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 3724 – monitors d'activitats recreatives i similars. Inclou els animadors socioculturals i d'entreteniment, animadors turístics, monitors de temps lliure, guies d'activitats d'aventura.

Complementen aquest llistat les ocupacions de caps d'animació, animador de vetllades i espectacles, animador turístic infantil, animador d'hotel, monitors d'esports i d'activitats d'aventura.

Guiatge turístic

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que informen i interpreten el patrimoni, els béns d'interès cultural i natural i la resta de recursos turístics de l'àmbit específic d'actuació a turistes i visitants, de manera atractiva, interactuant amb ells i despertant el seu interès. També promocionen i comercialitzen destins turístics locals, gestionant serveis d'informació turística i participant en la creació, comercialització i gestió de productes i serveis turístics de l'entorn local.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Directives i de lideratge.
- Planificació, organització i control.
- Iniciativa i creativitat.
- Gestió de personal i coordinació d'equips.
- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.
- Idiomes.
- Comercialització i màrqueting.
- Atenció i servei orientat al client.
- Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació.

Tècniques

- Disseny d'itineraris turístics.
- Patrimoni, béns d'interès cultural i la resta d'actius d'un determinat lloc.

3. Principals funcions

- Interpretar el patrimoni i els béns d'interès cultural, espais naturals i altres béns d'una determinada zona a turistes i visitants.
- Comunicar-se en anglès, i/o altres llengües estrangeres, a nivell d'usuari competent en els serveis turístics de guia i informació.

- Guies turístics: Prestar serveis d'acompanyament i assistència a turistes i visitants i dissenyar itineraris turístics.

4. Formació necessària per exercir-la

Formació de guia i informador turístic.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions dels subgrups 44 i 58 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 4411 – empleats/ades d'informació a l'usuari en oficines de turisme o similar.

- 5823 – acompanyants turístics (com ara guies acompanyants de viatge turístic, assistents/es acompanyants de grup turístic, *tour leaders*, guies de ruta turística); 5825 – guies de turisme (com ara guia local de turisme, guia de museu o guia de parc natural).

Complementen aquest llistat les següents ocupacions: agent de desenvolupament turístic local, cap d'oficina d'informació turística, guia intèrpret del patrimoni, transferista, coordinador/a d'activitats en instal·lacions aquàtiques d'empreses turístiques, tècnic/a en empreses i activitats turístiques, gestor turístic cultural i dinamitzador de turisme cultural.

Agents d'intermediació

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que creen i organitzen viatges combinats o productes similars i/o es dediquen a la venda d'aquests productes i d'altres serveis turístics, faciliten informació sobre aquests i desenvolupen la gestió economicoadministrativa inherent a aquesta activitat, amb independència de si aquesta activitat es realitza de manera presencial o telemàtica.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Planificació, organització i control.

- Gestió de conflictes i resolució de problemes.

- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.

- Atenció i servei orientat al client.

- Flexibilitat funcional.

- Idiomes.

Tècniques

- Ús d'aplicacions informàtiques: gestió de reserves, facturació, bases de dades, recerca d'informació...

- Productes i serveis de l'oferta turística.
- Comercialització i màrqueting, promoció i venda.
- Coneixements de geografia, història i cultura.
- Gestió pressupostària, comptable i estadística.

3. Principals funcions

- Gestionar unitats d'informació i distribució de serveis turístics.
- Elaborar i organitzar viatges combinats, excursions, desplaçaments...
- Gestionar esdeveniments.
- Vendre serveis turístics i viatges.
- Desenvolupar la gestió economicoadministrativa d'agències de viatges.

4. Formació necessària per exercir-la

Formació específica en turisme.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions del subgrup 44 de la CCO–2011, com ara les següents:

- 4421 – empleats/ades d'agències de viatges (és a dir, tècnics/ques de venda en agència de viatges, tècnics/ques de productes en agència de viatges, empleats/ades de viatges en una companyia aèria.

Complementen aquest llistat les ocupacions d'agent de compravenda telemàtica (aquesta pot ser considerada una ocupació emergent) i cap de reserves.

Organització d'esdeveniments

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Persones que s'encarreguen d'organitzar i coordinar serveis per a conferències, esdeveniments, funcions, banquets i seminaris.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Planificació, organització i control.
- Iniciativa i creativitat.
- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.

- Comercialització i màrqueting.
- Atenció i servei orientat al client.
- Gestió de conflictes i resolució de problemes.
- Flexibilitat funcional.
- Idiomes.
- Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació.

Tècniques

- Productes i serveis d'esdeveniments i actes públics.
- Protocol en esdeveniments i actes públics.

3. Principals funcions

- Promoure conferències, convencions i fires comercials a clients potencials.
- Organitzar i coordinar serveis com ara els relatius a les instal·lacions de conferències, restauració, expositors, equips audiovisuals i informàtics, allotjament, transport i esdeveniments socials per als participants, així com prestacions logístiques per als exhibidors.

4. Formació necessària per exercir-la

No s'exigeix formació específica.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions del subgrup 35 de la CNO – 2011, com ara les següents:

- 3532 – organitzadors de conferències i esdeveniments.

S'inclou en aquesta categoria l'ocupació de cap del departament de congressos, incentius, grups i organització d'esdeveniments.

Assistència turística

1. Descripció general de la categoria ocupacional

Els auxiliars de vol i altres mitjans de transport (trens, vaixells) vetllen per la comoditat i la seguretat dels passatgers, serveixen menjar i begudes, generalment en aeronaus, trens i a bord d'embarcacions; poden planificar i coordinar la cura de les instal·lacions i les activitats socials en vaixells.

Els auxiliars de congressos, hostes i hostesses de terra fan activitats d'acompanyament, orientació, assistència, facturació, informació, assessorament a l'usuari o client del servei.

2. Competències (transversals i tècniques)

Transversals

- Atenció i servei orientat al client.
- Comunicatives (orals i escrites), persuasives i de relacions públiques.
- Idiomes.
- Treball en equip.
- Normes de seguretat i higiene.
- Ús d'aplicacions informàtiques.

Tècniques

- Gestió d'emergències, salvament i primers auxilis.
- Característiques específiques dels mitjans de transport.

3. Principals funcions

- Acollir, rebre i acomiadar el client-usuari.
- Informar el client–usuari dels diferents serveis de què disposa.
- Fer la facturació de passatgers, equipatges, mercaderies i correu.
- Fer operacions d'embarcament i desembarcament de passatgers, i solucionar els problemes que puguin tenir els passatgers en trànsit i altres incidències del viatge.
- Combinar i servir aliments preparats i begudes.
- Auxiliars de vol i altres mitjans de transport: acollir els passatgers, comprovar el bitllet o targeta d'embarcament i conduir-los al seu seient o camarot; anunciar, explicar i fer demostracions dels procediments de seguretat i emergència; orientar i ajudar els passatgers i seguir els procediments prescrits en cas d'emergència; prestar primers auxilis als passatgers que ho necessitin.
- Auxiliars de congressos, hostes i hostesses de terra: registrar l'assistència dels participants en un esdeveniment; assistir els clients–usuaris en els possibles desplaçaments

4. Formació necessària per exercir-la / vinculada

No s'exigeix formació específica.

5. Ocupacions incloses en la categoria ocupacional

Sota aquesta categoria s'inclouen un seguit d'ocupacions del subgrup 58 de la CNO–2011, com ara les següents:

- 5821 – auxiliars de vol i cambrers/es d'avió, vaixell i tren.

- 5824 –hostesses de terra (com ara hostes i hostesses en fires i congressos i auxiliars de congressos i exposicions).

2.2.4. Altres

Experts en planificació del desenvolupament turístic.

Experts en anàlisi de repercussions ambientals.

Experts en patrimoni alimentari i gastronòmic.

Consultors.

Docents.

3. Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme

L'objectiu d'aquest apartat és descriure l'oferta formativa existent a Catalunya relacionada amb les ocupacions i activitats del sector turístic, fent especial referència (si és possible) a les competències que es desenvolupen, així com a la duració d'aquestes accions formatives.

En primer lloc, cal concretar els subsectors inclosos en el sector del turisme. Si bé en altres apartats s'ha optat per un concepte ampli i omnicomprensiu de les activitats relacionades amb el sector, en analitzar l'oferta formativa s'ha aplicat un criteri més restrictiu, referint-se a les accions formatives etiquetades generalment en el subsector "hoteleria i turisme" i incloent les activitats de restauració, intermediació turística i organització d'esdeveniments. Per tant, no s'han analitzat les accions formatives relacionades amb la direcció i gerència d'empreses, els idiomes, la informàtica, etc., si bé se'n farà una breu pinzellada puntualment. Aquesta exclusió admet excepcions, en incloure aquelles accions formatives d'aquests àmbits però específiques per al sector del turisme, com ara la gestió hotelera, i aquelles accions formatives que estan relacionades amb determinades ocupacions que en aquest estudi s'han considerat "turístiques". Un exemple el trobem en l'àmbit de la formació professional reglada, en els cicles professionals de la família d'activitats físiques i esportives, que capaciten l'alumne per exercir com a monitor d'esports, guia de turisme eqüestre o guia de turisme en bicicleta (per exemple), ocupacions incloses en la categoria ocupacional "animació turística" i "guiatge turístic" (respectivament).

En segon lloc, cal tenir en compte que l'oferta formativa en l'actualitat és complexa i variada. Per facilitar la redacció d'aquesta anàlisi i amb la finalitat de sistematitzar la informació obtinguda mitjançant l'enquesta elaborada *ad hoc* per aquest informe, s'han establert les categories formatives que resumeix la taula següent i que més endavant es descriuen.

TAULA-5. Categories formatives emprades en l'anàlisi de l'oferta formativa

Formació universitària	Graus
	Màsters universitaris oficials i doctorats
	Cursos d'extensió universitària
Formació professional reglada	Programes de qualificació professional inicial
	Cicles formatius de grau mitjà
	Cicles formatius de grau superior[1]
Formació professional per a l'ocupació	Formació d'oferta
	Formació de demanda
Altres accions formatives	Cursos no inclosos en les categories formatives anteriors

(1) Cal tenir en compte que els CFGS integren l'educació superior, juntament amb els ensenyaments universitaris, si bé aquí es classifiquen conjuntament amb els CFGM.
Font: elaboració pròpia.

En tercer lloc, cal també precisar que l'anàlisi de l'oferta formativa s'ha basat en la recerca bàsicament en línia, a través de les pàgines web de les diferents institucions educatives, a més d'alguna consulta telefònica directament amb els centres formatius, així com en la comanda de dades específica tramitada al Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) pel que fa a la formació professional per a l'ocupació. S'analitzen les accions formatives previstes o dutes a terme al llarg del curs 2010-2011 (formació universitària, formació professional reglada i altres accions formatives) i l'any 2010 (formació professional per a l'ocupació). Cal tenir en compte que l'oferta formativa evoluciona constantment i que, malgrat haver fet una recerca inicial exhaustiva, en determinats casos, quan s'ha buscat informació addicional, aquesta no s'ha pogut trobar (per desaparició del curs) i s'ha complementat amb accions formatives oferides en el moment de la recerca i finalització de

l'apartat,[27] sobretot pel que fa a les "altres accions formatives", d'oferta altament variable, subjecta a la demanda i no estructurada en cursos acadèmics.

Amb caràcter previ a aquesta anàlisi, cal fer una reflexió sobre la importància de la formació de les persones que treballen en el sector turístic per la seva competitivitat. En aquest sentit, cal destacar l'informe MoniTUR que té per objectiu mesurar (de manera aproximada) la posició competitiva relativa de l'oferta turística de les disset comunitats autònomes. L'estudi parteix de l'anàlisi de la cadena de valor dels serveis públics i privats de què disposa cada comunitat, i alhora valora les estratègies, les polítiques i les accions dissenyades pels seus governs per a potenciar l'atractiu turístic, la competitivitat empresarial i els resultats finals obtinguts (Exceltur, 2010 i 2011).

L'estudi configura una cadena de valor sobre set pilars de competitivitat, entre els que cal destacar, a efectes del present estudi, el cinquè, centrat en l'atracció de talent, la formació i l'eficiència dels recursos humans. Aquest pilar analitza la productivitat dels treballadors, la dotació de capital humà, l'estabilitat en l'ocupació i la qualitat del sistema formatiu. Pel que fa a aquest darrer àmbit, es tenen en compte tres indicadors que resulten interessants de comentar en aquest apartat: l'atractiu de l'oferta universitària turística, la qualitat de l'FP reglada i el suport a la formació contínua.

Tant en l'edició del 2009 com la del 2010, Catalunya ocupa la tercera posició en el rànquing general dels indicadors (darrera del País Basc i la Comunitat de Madrid), si bé en el pilar 5 passa d'ocupar la tercera posició el 2009 a la desena el 2010. Aquesta davallada ve motivada per una menor valoració dels empresaris del sector turístic de l'oferta d'FP reglada i del suport que rep la formació contínua,[28] mentre que l'atractiu de l'oferta formativa universitària es manté en el segon lloc.

En la darrera edició del MoniTUR, s'inclou un comentari a la situació catalana que és interessant reproduir a tall de reflexió, en el sentit que, si bé els ítems que analitza el pilar de competitivitat cinquè són difícils de mesurar, les comunitats de Madrid i País Basc, en primer lloc, i les de Castella Lleó, Navarra i La Rioja en segon, combinen un bon sistema educatiu de base amb universitats i escoles de negoci reconegudes i un sector empresarial actiu que ha utilitzat aquests centres educatius per acumular capital humà. L'estudi destaca que Catalunya compta amb aquestes mateixes condicions, però no s'han explotat en tota la seva dimensió per part de les empreses turístiques, a excepció del subsector de la restauració.

3.1. Formació universitària

Tal com indica la taula 5, en aquesta categoria s'inclouen els graus, els màsters universitaris i doctorats, i els cursos d'extensió universitària.

Les dues primeres subcategories empren la denominació adoptada per l'Estat espanyol per adaptar l'estructura del educació universitària a l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES),[29] i que substitueix l'anterior denominació, llicenciatures i diplomatures, en el cas dels graus i els màsters, postgraus i doctorats, en el cas dels màsters universitaris i els doctorats.

A efectes d'aquest informe cal destacar que un dels canvis importants que ha suposat l'adaptació a l'EEES és la implantació dels crèdits europeus (ECTS) com a unitat de mesura per reflectir els resultats de l'aprenentatge dels estudiants i el volum de treball realitzat per tal d'assolir els objectius establerts en el pla d'estudis. Així, en el cas dels graus, el Reial decret 1393/2007 estableix

[27] Desembre de 2011 i gener de 2012.
[28] En el primer cas passa del setè lloc al novè i en el segon, del novè a l'onzè. Per davant té altres comunitats, com ara el País Basc, Castella La Manxa, la Comunitat Valenciana i Múrcia. La informació per elaborar aquests indicadors s'obté de l'Enquesta de clima turístic empresarial que elabora trimestralment Exceltur.
[29] Llei orgànica 4/2007, de 12 d'abril, de modificació de la Llei orgànica 6/2001, de 31 de desembre, d'universitats, desenvolupada pel Reial decret 1393/2007, de 29 d'octubre.

que l'estudiant ha d'assolir 240 crèdits europeus[30] i, pel que fa als màsters universitaris, estableix que aquests han de tenir entre 60 i 120 crèdits.[31]

D'altra banda, s'han inclòs sota la denominació "cursos d'extensió universitària" aquelles accions formatives dutes a terme per les universitats que no es consideren ensenyaments universitaris oficials, segons el Reial decret 1393/2007, però que exigeixen tenir una titulació universitària per accedir-hi.[32] Aquest ha estat l'únic criteri en comú identificat, atès que varien significativament entre elles, tant pel que fa la duració (de cursos de tres hores a cursos de més de 1.000, estructurats o no en crèdits ECTS) i la temàtica (més enfocada a la teoria o a la pràctica).

3.1.1. Formació universitària de grau

Amb caràcter general, els graus oficials en Turisme i relacionats s'estructuren en 240 crèdits ECTS i s'assignen a la branca de coneixement de Ciències Socials i Jurídiques, atès el seu contingut marcadament pluridisciplinar.

El curs 2010-2011 les universitats catalanes van **oferir** onze graus en Turisme (10 d'ells oficials i un títol propi)[33] i sis graus relacionats amb el sector (quatre oficials i dos títols propis), tres d'ells orientats a la direcció hotelera, dos a la relació entre el turisme i l'oci i un sobre ordenació del territori. La taula següent conté aquesta informació pel que fa als títols oficials.

TAULA-6. Oferta formativa dels graus oficials a Catalunya en l'àmbit del turisme. Curs 2010-2011

Títol del grau	Centre
Turisme	Universitat Oberta de Catalunya
	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona - Universitat de Barcelona
	Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma de Barcelona
	Universitat Rovira i Virgili
	Universitat de Girona
	Escola Universitària de Turisme Euroaula - Universitat de Girona
	Escola d'Estudis Superiors i Universitaris Formatic Barna - Universitat de Girona
	Escola Universitària de Turisme Mediterrani - Universitat de Girona
	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme Sant Pol de Mar - Universitat de Girona
	Universitat de Lleida
	UNED
Gestió turística i hotelera	Universitat Ramon Llull
Turisme i gestió de l'oci	Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra
Grau conjunt Turisme i Administració i Direcció d'empreses	
Geografia i ordenació del territori[2]	Universitat Rovira i Virgili

(1) En aquesta taula no s'inclou el nombre d'estudiants que cursen aquests graus, atès que és una dada només disponible per a algunes de les universitats (UdG i URV). Font: portal Uneix.
(2) Cursant un curs addicional s'obté el grau en Turisme.
Font: elaboració pròpia.

[30] Article 12.2. D'aquests 240 crèdits, com a mínim 60 han de proporcionar formació bàsica a l'estudiant, una formació que es concreta en el pla d'estudis en l'establiment d'assignatures vinculades a la branca de coneixement en què s'adscrigui el títol en concret (i que són: Arts i Humanitats, Ciències, Ciències de la Salut, Ciències Socials i Jurídiques, Enginyeria i Arquitectura). D'altra banda, el Reial decret prescriu l'obligació de l'estudiant de realitzar un treball de fi de grau que ha de suposar entre 6 i 30 crèdits.
[31] Article 15.2. En cas dels màsters universitaris, el Reial decret únicament concreta que la formació impartida ha de ser tant teòrica com pràctica i l'obligació, igual que en els graus, de l'estudiant d'elaborar un treball de fi de màster d'entre 6 i 30 crèdits.
[32] La resta d'accions formatives organitzades per les universitats i que no exigeixen un títol universitari per accedir-hi s'han analitzat en el darrer l'apartat, relatiu a altres accions formatives.
[33] Cal afegir el grau en turisme impartit per la UNED,que, si bé no és una universitat amb seu a Catalunya, compta amb centres de suport en el territori català i també amb estudiants catalans.

Cal tenir en compte també que algunes universitats ofereixen els darrers cursos de la diplomatura en turisme per a aquells estudiants que s'hi van matricular, si bé es tracten d'estudis a extingir.[34] D'altres, ofereixen "cursos pont" a aquests estudiants per obtenir en un curs acadèmic la titulació equivalent al grau en turisme.[35]

L'anàlisi de la **distribució territorial** de l'oferta formativa de grau relacionada amb el sector turístic (i també la de la resta de l'apartat) es basa en les tres zones categoritzades *ad hoc* per l'enquesta elaborada en el marc del present informe i que agrupa les diferents marques turístiques.[36]

Des d'aquesta perspectiva, la zona de la capital – ciutat (Barcelona) compta amb 7 dels títols descrits (cinc graus en turisme i dos relacionats), el litoral amb sis (tres en turisme i tres relacionats) i l'interior amb tres (dos en turisme i un relacionat). Tot i que *a priori* es podria considerar que aquesta oferta presenta una distribució dels estudis arreu del territori, cal tenir en compte que tres dels títols inclosos en la zona del litoral s'imparteixen a la comarca del Maresme i dos dels inclosos a l'interior rural a la UAB, que pertany al Vallès Occidental, sent aquestes dues comarques molt properes a Barcelona, per la qual cosa reforcen la centralitat de l'oferta formativa al voltant de la capital catalana.

D'altra banda, cal tenir en compte els dos graus en turisme impartits en línia (UOC) i a distància (UNED).

Pel que fa a les **categories ocupacionals** vinculades a aquestes titulacions, de l'anàlisi dels objectius i del pla d'estudis es constata com estan més enfocats a les categories que requereixen un major nivell de qualificació, en les tres àrees identificades:[37] direcció i gerència d'organitzacions turístiques, comercialització i màrqueting, agents d'intermediació i organització d'esdeveniments. Altres ocupacions relacionades són: experts en planificació del desenvolupament turístic, experts en anàlisis de les repercussions ambientals del turisme, la consultoria i la docència.

Cal tenir en compte que la finalitat dels ensenyaments de grau és que l'estudiant obtingui una formació general orientada a la preparació per a l'exercici d'activitats de caràcter professional. Pel que fa a les **competències** que han d'assolir els/les estudiants i que es detallen en els plans d'estudis, s'ha constatat que coincideixen entre un 80 i un 90% aproximadament amb les identificades per aquestes categories ocupacionals a l'apartat 2.2 d'aquest estudi (mapa ocupacional), si bé se'n detallen d'altres que convé destacar:

a) *Competències transversals:* capacitat per a l'anàlisi crítica i la síntesi; tècniques de negociació i comunicació; visió de negoci, captant les necessitats no cobertes i avançant-se a les possibles transformacions; "*networking*"; capacitat d'autoaprenentatge i d'autoavaluació; reconèixer, acceptar i gestionar la diversitat i la multiculturalitat; i visió ètica, social i mediambiental en la direcció d'empreses (RSE).

b) *Competències tècniques:* visió internacional; marc legal que regula les activitats turístiques; anàlisi dels impactes generats pel turisme; funcionament de les destinacions, estructures turístiques i els sectors empresarials d'àmbit mundial; detecció de les necessitats per a la planificació tècnica d'infraestructures i instal·lacions turístiques; objectius, estratègies i polítiques en turisme; i avaluar els potencials turístics i l'anàlisi prospectiva de la seva explotació.

Així mateix, tots els plans d'estudis dels graus analitzats preveuen la realització de **pràctiques** per part dels estudiants, la majoria en empreses i/o institucions externes del sector turístic, de diferent

[34] Entre d'altres: la UOC, la UAB, la URV, la UdL, l'Escola Universitària de Turisme Euroaula (centre adscrit a UdG), Formatic Barna (escola universitària també adscrita a UdG) i la UNED.
[35] Com ara l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB i l'Escola Universitària del Maresme de la UPF.
[36] Així, s'identifiquen tres zones turístiques: **litoral** (que inclou les marques turístiques de la Costa Brava, Costa Daurada, Costa del Garraf i Costa de Barcelona – Maresme); **interior rural** (que comprèn les marques dels Pirineus, Catalunya Central, Terres de Lleida, Terres de l'Ebre i Val d'Aran); i **capital – ciutat** (que únicament inclou la marca de Barcelona).
[37] Transversal, allotjament i restauració i intermediació i acompanyament turístic.

duració segons l'estudi i la universitat que l'imparteix. En la majoria dels graus en turisme les assignatures pràctiques oscil·len entre els 12 i els 30 crèdits ECTS.

La importància del coneixement i el domini d'una o més **llengües estrangeres** és inqüestionable en aquest sector, de tal manera que tots els estudis de grau analitzats inclouen assignatures obligatòries i/o optatives d'estudi d'un o més idiomes. El nombre mínim de crèdits ECTS destinats als idiomes és de 24, si bé la majoria de graus en preveuen 36.[38]

TAULA-7. Resum de l'anàlisi de l'oferta formativa dels graus (oficials i títols propis) en l'àmbit del turisme. Catalunya, curs 2010-2011

Graus	**Turisme**	12
	Relacionats	6
Distribució territorial	**Capital - ciutat**	7
	Interior rural	3
	Litoral	6
	En línia / a distància	2
Estructura plans d'estudis (crèdits ECTS)	**Crèdits totals**	240
	Pràctiques	12 - 30
	Idiomes	24-60
Categories ocupacionals	**Transversal[1]**	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
		Comercialització i màrqueting
	Acompanyament i intermediació turística	Agents d'intermediació
		Organització d'esdeveniments
	Altres	Experts en planificació del desenvolupament turístic, experts en anàlisis de les repercussions ambientals del turisme, la consultoria i la docència
Competències	**Adequació amb el mapa[2]**	80% - 90%
	Addicionals:	
	a) Transversals	Capacitat per a l'anàlisi crítica i la síntesi
		Capacitat d'autoaprenentatge i d'autoavaluació
		Reconèixer, acceptar i gestionar la diversitat i la multiculturalitat
		Visió ètica, social i mediambiental en la direcció d'empreses (RSE)
	b) Tècniques	Marc legal
		Anàlisi dels impactes generats pel turisme
		Objectius, estratègies i polítiques en turisme
		Planificació tècnica d'infraestructures i instal·lacions turístiques

(1) Cal tenir en compte que la direcció i gerència pot exercir-se tant en organitzacions que pertanyen a l'àrea d'allotjament i restauració com a la d'intermediació i acompanyament turístic, si bé la d'allotjament i restauració no apareix expressament en la taula.
(2) Aquesta dada refereix a la coincidència entre les competències descrites en el mapa ocupacional elaborat a l'apartat 2.2 i les competències associades als títols acadèmics analitzats.
Font: elaboració pròpia.

[38] D'entre els graus analitzats destaquen: en primer lloc, el grau de turisme de l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB que preveu 60 crèdits ECTS; en segon lloc, el grau en Gestió turística i hotelera de la URL que, a banda de 32 crèdits ECTS dedicats a les llengües estrangeres, imparteix la docència dels dos darrers cursos del grau íntegrament en anglès; i en tercer i darrer lloc, el títol propi en Turisme i direcció hotelera impartit per ESERP que dedica 44 crèdits als idiomes i imparteix la docència del darrer curs íntegrament en anglès.

3.1.2. Màsters universitaris oficials i doctorats

Com ja s'ha dit anteriorment, els ensenyaments universitaris conduents a l'obtenció de títols de caràcter oficial s'estructuren en tres cicles: grau, màster i doctorat. Ara bé, cal constatar que l'oferta formativa de les universitats i escoles universitàries catalanes combina aquests estudis de segon i tercer cicle amb altres titulacions que també es denominen màsters i postgraus, fet que pot generar una certa confusió a l'hora d'analitzar-los i sistematitzar-los, per diferent motius.

En primer lloc, cal tenir en compte que la normativa anterior[39] estructurava els ensenyaments universitaris entre els de grau (primer cicle) i *postgrau*, incloent en aquest darrer els màsters (segon cicle) i doctorats (tercer cicle). En segon lloc cal també tenir en compte que el Reial decret 1393/2007 (vigent actualment) estableix que per accedir als ensenyaments universitaris oficials de màster és necessari disposar, amb caràcter general, d'un títol universitari oficial (de grau), fet que motiva que generalment aquest ensenyaments s'anomenin "de postgrau". Per últim, moltes titulacions universitàries oferides per les universitats empren les denominacions "màster", "postgrau" o "diplomatura de postgrau" però no són oficials, sinó que són títols propis.

Aquestes darreres titulacions s'analitzen en l'apartat següent ("cursos d'extensió universitària"). En aquest s'analitza l'oferta formativa dels estudis de segon i tercer cicle de caràcter oficial: els màsters universitaris oficials (de duració entre 60 i 120 crèdits ECTS)[40] i els programes de doctorat que s'hi vinculen.[41]

El curs 2010-2011 es van **oferir** onze màsters universitaris i dos doctorats; la majoria dels màsters compta amb 60 crèdits ECTS (només un en tenia 120).[42] La taula següent llista aquestes titulacions.

TAULA-8. Oferta formativa dels màsters universitaris oficials i doctorats a Catalunya en l'àmbit del turisme. Curs 2010-2011

Títol del Màster universitari oficial	Centre
Direcció hotelera i de restauració	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona - Universitat de Barcelona
Gestió estratègica d'empreses turístiques	
Innovació de la gestió turística	
Hospitality management (hotels & restaurants)	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme Sant Pol de Mar - Universitat de Girona
Innovative hospitality management	Escola de Turisme Sant Ignasi - Universitat Ramon Llull
Gestió de destinacions i equipaments d'oci i turisme	Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra
Erasmus Mundus Màster en Gestió del turisme	Universitat de Girona
Direcció i planificació del turisme	
Turisme cultural	
Tècniques d'anàlisi i innovació turística	Universitat Rovira i Virgili
Gestió cultural	Universitat Oberta de Catalunya, Universitat de Girona i Universitat de les Illes Balears

[39] Reials decrets núms. 55 i 56 de l'any 2005, ambdós de 21 de gener, pels que s'estableix l'estructura dels ensenyaments universitaris i es regulen els estudis universitaris de Grau (RD 55/2005) i pel que se regulen els estudis universitaris oficials de Postgrau (RD 56/2005).
[40] Art. 15.2 del Reial decret 1393/2007.
[41] Regulats amb caràcter general als articles 18 i següents del citat Reial decret.
[42] L'Erasmus Mundus Màster en gestió del turisme, que és un exemple de màster internacional, organitzat conjuntament per universitats de diferents estats membres. En aquest cas, la Universitat de Ljubljana (Eslovènia) i la Universitat de Southern Denmark (Dinamarca). Es preveu que l'alumnat faci una estada semestral a cada universitat i destini el darrer trimestre a elaborar el projecte de fi de màster (de 30 crèdits ECTS).

Doctorats	Centre
Turisme i oci	Universitat Rovira i Virgili
Turisme, dret i empresa	Universitat de Girona

Font: elaboració pròpia.

Pel que fa a la **distribució territorial** dels màsters universitaris, s'aprecia una diferència respecte als graus, atès que no es distribueixen de manera tan propera a la capital catalana: se n'ofereixen quatre a Barcelona, sis a la zona litoral i un s'ofereix íntegrament en línia. Cal destacar que a l'interior rural no hi ha cap oferta formativa d'aquest nivell. Pel que fa als doctorats, tots dos s'ofereixen en universitats incloses en la zona litoral (URV i UdG).

Pel que fa a les **categories ocupacionals** vinculades a aquestes titulacions, de nou es constata com es focalitzen en les que necessiten un major nivell de qualificacions, igual que en el cas dels graus. Quatre màsters estan principalment enfocats a les ocupacions que en aquest estudi es consideren transversals (direcció i gerència d'organitzacions turístiques – principalment privades -, i comercialització i màrqueting); quatre a les de l'àrea d'acompanyament i intermediació turística (agents d'intermediació i guies turístics)[43]; un a la consultoria i docència; i per últim, dos màsters més omnicomprensius, que inclourien totes les categories ocupacionals ja comentades. Altres ocupacions a les que s'enfoquen els màsters analitzats són: direcció del departament de qualitat i medi ambient; direcció i gestió de destinacions culturals; expert en desenvolupament turístic, planificació territorial i disseny d'equipaments d'oci i turístics; experts en patrimoni culinari i gastronòmic; etc.

Cinc dels màsters analitzats s'estructuren en itineraris formatius,[44] per tal de proporcionar una especialització més gran als estudiants, en l'àmbit que aquests escullin.

Pel que fa als doctorats, i atesa la seva naturalesa i concepció, cal recordar que aquests van enfocats a aquelles ocupacions relacionades amb la docència i la consultoria.

La finalitat dels ensenyaments de màster és l'adquisició d'una formació avançada, de caràcter especialitzat o multidisciplinari, orientada a l'especialització acadèmica o professional, o bé a promoure la iniciació en tasques investigadores; mentre que la dels doctorats és la formació avançada de l'estudiant en les tècniques d'investigació.[45] Per tant, en buscar una especialització més elevada que els graus, les **competències** que han de desenvolupar els estudiants dels màsters i doctorats són també més específiques, i coincideixen en menor mesura amb les identificades en el mapa de les categories ocupacionals descrit a l'apartat 2.2 del present estudi.

Ara bé, del llistat següent es pot observar que les competències no recollides en el mapa ocupacional (apartat 2.2) coincideixen en gran mesura amb les destacades amb la mateixa finalitat en l'anàlisi dels graus (apartat anterior):

a) *Competències transversals:* treball en equip; capacitat per a l'autoaprenentatge i l'autoavaluació; capacitat per a emprendre i innovar; capacitat per a l'anàlisi crítica i la síntesi.

b) *Competències tècniques:* marc legal; visió ètica, social i mediambiental en la direcció d'empreses; reconèixer, acceptar i gestionar la diversitat i la multiculturalitat; desenvolupament de projectes d'investigació; metodologies d'investigació pluridisciplinar.

[43] Cal recordar que aquesta categoria ocupacional inclou dinamitzadors de turisme cultural, guies d'espais culturals, informadors turístics, etc.
[44] Per exemple, el màster en Direcció Hotelera i Restauració (impartit pel CETT – UB) té dos itineraris, un dirigit a la direcció i gerència d'empreses hoteleres i l'altre a les empreses de restauració. Igualment, el màster en innovació de la gestió turística (també impartit pel CETT – UB), s'estructura en tres itineraris: la gestió turística de les destinacions, la gestió turística del patrimoni cultural i natural i la gestió del patrimoni culinari i gastronòmic.
[45] Articles 10.1 i 11.1 del Reial decret 1393/2007.

Pel que fa al nombre de crèdits destinats a les **pràctiques,** en la majoria de casos són inferiors a 10 (a excepció del màster internacional de la UdG ja citat, que en preveu 30, dels 120 en què s'estructura).

Obligatòriament tots els màsters oficials preveuen la realització d'un **treball de fi de màster** que de nou pot suposar una càrrega de treball diferent en funció de la universitat: entre 6 i 30 crèdits ECTS, si bé majoria oscil·len entre els 10 i els 20 crèdits.

Per últim, i a diferència del que ocorre amb els graus, els plans d'estudis dels màsters universitaris no preveuen assignatures específiques per a l'aprenentatge de **llengües estrangeres**, sinó que és un coneixement que ja es pressuposa a l'alumne. En alguns casos hi ha un determinat percentatge de la docència que s'imparteix en anglès i, únicament en dos màsters, aquest percentatge arriba al 100%, és a dir, la seva docència és íntegrament en anglès.[46]

Cal tenir en compte que els doctorats s'estructuren en dos períodes, un formatiu i l'altre en què s'ha de realitzar un projecte d'investigació (tesi). El primer coincideix amb el màster universitari, títol que cal obtenir amb caràcter previ a l'inici del període d'investigació. Per tant no es pot reproduir aquesta anàlisi dels plans d'estudis en el cas dels doctorats.

TAULA-9. Resum de l'anàlisi de l'oferta formativa dels màsters universitaris i doctorats en l'àmbit del turisme. Catalunya, curs 2010-2011

Màsters universitaris oficials		11
Doctorats		2
Distribució territorial	**Capital - ciutat**	4
	Interior rural	-
	Litoral	8
	En línia	1
Estructura plans d'estudis dels màsters (crèdits ECTS)	**Crèdits totals**	60 (excepte un màster amb 120 crèdits)
	Pràctiques	10-30
	Treball fi de màster	6 -30 (la majoria entre 10-20 crèdits)
	Idiomes	No hi ha assignatures específiques, sinó que la docència és total i/o parcialment en anglès en determinats casos
Categories ocupacionals	**Transversal**	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
		Comercialització i màrqueting
	Acompanyament i intermediació turística	Agents d'intermediació
		Guiatge turístic (inclou: dinamitzadors de turisme cultural, guies d'espais culturals, informadors turístics)
	Altres	Consultoria i la docència; direcció del departament de qualitat i medi ambient; direcció i gestió de destinacions culturals; expert en desenvolupament turístic, planificació territorial i disseny d'equipaments d'oci i turístics; experts en patrimoni culinari i gastronòmic
Competències	**Adequació amb el mapa**[1]	50-80%
	Addicionals:	Treball en equip

[46] L'Erasmus Mundus Màster en gestió del turisme de la UdG i el *Master in innovative hospitality management*, de l'Escola de Turisme Sant Ignasi (URL).

	a) Transversals	Capacitat per a l'anàlisi crítica i la síntesi
		Capacitat per emprendre i innovar
		Capacitat d'autoaprenentatge i d'autoavaluació
	b) Tècniques	Visió ètica, social i mediambiental en la direcció d'empreses (RSE)
		Marc legal
		Reconèixer, acceptar i gestionar la diversitat i la multiculturalitat
		Desenvolupament de projectes d'investigació
		Metodologies d'investigació pluridisciplinar

(1) Es refereix a la coincidència entres les competències descrites en el mapa ocupacional elaborat a l'apartat 2.2 i les competències associades als títols acadèmics analitzats.
Font: elaboració pròpia.

3.1.3. Cursos d'extensió universitària

L'objectiu d'aquest apartat és analitzar les titulacions ofertes per les universitats catalanes el curs 2010-2011 que requerien estar en possessió d'una titulació universitària per accedir-hi (diplomatura, llicenciatura o grau).[47] S'ha optat per categoritzar aquests titulacions com a "cursos d'extensió universitària" per diferenciar-los clarament dels cursos universitaris ja analitzats, atès que molts d'ells s'anomenen màsters, postgraus, diplomatures de postgrau, etc., fet que pot produir certa confusió.

A la taula següent es relacionen aquests cursos, un total de 27, als quals caldria afegir tres cursos més que estava previst realitzar però finalment, per diferents motius (econòmics, manca d'alumnes inscrits, etc.) no es van dur a terme. La durada d'aquests cursos oscil·la entre els 30 i els 60 crèdits ECTS,[48] atès que, si bé es tracta de títols propis, l'organització i l'estructura de la majoria d'aquests segueixen els criteris oficials.

TAULA-10. Oferta formativa dels cursos d'extensió universitària en l'àmbit del turisme. Catalunya, curs 2010-2011

Títol del curs	Centre
Turisme cultural	Universitat Oberta de Catalunya
Alta gestió en política i estratègia de les destinacions turístiques	
Direcció i màrqueting d'empreses turístiques	Universitat Oberta de Catalunya i Universitat de les Illes Balears
Diplomatura de postgrau Paisatges turístics i noves tecnologies: teoria estètica i gestió del patrimoni cultural	Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma de Barcelona
Diplomatura de postgrau Tècniques en gestió i assessorament a les agències de viatges	
Màster MBA en gestió hotelera	
Màster en gestió i organització d'esdeveniments. Turisme de negocis	
Diplomatura de postgrau Planificació turística	Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra
Diplomatura de postgrau Innovació de les destinaci-	

[47] Alguns d'ells permeten accedir-hi a persones sense titulació universitària prèvia, però amb experiència professional en aquest àmbit, si bé en finalitzar el curs obtenen un certificat d'haver-lo cursat, no la titulació de màster. D'altra banda, hi ha algun màster que es pot realitzar de manera progressiva, fent els diferents mòduls en què es descomposa (i obtenint el corresponent certificat).
[48] Els cursos que es denominen "diplomatures" (8 d'ells) acostumen a tenir 30 crèdits ECTS (que correspon a una càrrega de treball per l'alumne d'unes 750 hores), mentre que els denominats "màsters" (14 dels 28) comporten la realització de 60 crèdits ECTS (1.500 hores).

ons turístiques	
Màster en Destinacions turístiques	
Màster en Direcció i gestió d'allotjaments turístics	Escola Universitària de Turisme Euroaula
Màster en Màrqueting turístic i *e-commerce*	Fundació Universitat de Girona - Escola Universitària de Turisme Euroaula
MBA - Turisme	ESERP - *School of Business and Social Sciences*
Màster en Direcció d'empreses turístiques	
Màster en Protocol empresarial, protocol oficial i organització d'esdeveniments	
Màster en Direcció estratègica d'empreses turístiques	Fundació Universitat de Girona - Escola Universitària de Turisme Mediterrani
Màster en Promoció i Publicitat turístiques	Fundació Universitat de Girona - Escola Universitària CETA
Màster en Planificació i organització de congressos	
Màster en Comunicació, relacions públiques i organització d'esdeveniments	Fundació Universitat de Girona - Escola d'estudis superiors universitaris Formatic Barna
Màster interuniversitari Planificació i gestió de turisme enològic	Fundació Universitat Rovira i Virgili
Direcció de negocis turístics i hotelers	Fundació Universitat Politècnica de Catalunya
Màster en Direcció i gestió d'hotels i empreses de restauració	ESDEN - *Escuela Superior de Negocios y Tecnologías*
Màster en Comunicació, organització d'esdeveniments i protocol	
Màster en Direcció i consultoria turística	FUNIBER - *Fundación Universitaria Iberoamericana* - Universitat Autònoma de Barcelona
Direcció i gestió d'empreses turístiques (especialitat agències viatges)	Universitat Politècnica de Catalunya

Font: elaboració pròpia.

Aquests 27 cursos es **distribueixen territorialment** de la següent manera: set s'imparteixen a la zona de la capital catalana, cinc d'ells a la zona interior (tots de la UAB), un al litoral, vuit en línia, dos semipresencials, un a distància i tres combinen les classes presencials i en línia (dels quals dos d'ells ofereixen les classes presencials a Barcelona i un a la zona litoral). Atesa aquesta distribució, es pot afirmar que si bé, igual que en els apartats anteriors, molts d'ells s'ofereixen en centres universitaris de la capital catalana o propers a aquesta, és també significatiu el nombre de cursos impartits a distància o en línia, fet que en facilita l'accés a persones de la resta del territori català.

Aquí cal repetir el comentari de les anàlisis anteriors pel que fa a les **categories ocupacionals** relacionades amb aquestes titulacions, atès que també s'enfoquen a les que demanen un major nivell formatiu. Així, en l'àrea transversal, hi ha 16 cursos dirigits a direcció i gerència d'organitzacions turístiques privades (tres genèriques, set de l'àmbit de l'allotjament i la restauració i les altres vuit a l'àrea de la intermediació i l'acompanyament turístic). Cal destacar també dues titulacions específiques per a la direcció i gerència d'organitzacions turístiques públiques,[49] dues més dirigides tant a la direcció com a la comunicació i el màrqueting i una més específica centrada en aquesta darrera categoria.

D'altra banda, hi ha també titulacions centrades en la intermediació i l'acompanyament turístic, dues de generals, una per als guies turístics, una per als agents d'intermediació i tres per a

[49] La diplomatura de postgrau Planificació turística (impartida per l'Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra) i el curs Alta gestió en política i estratègia de les destinacions turístiques (de la UOC).

l'organització d'esdeveniments. Altres ocupacions relacionades amb les titulacions analitzades són la de dinamitzador de destinacions turístiques massificades o desenvolupades, experts en desenvolupament turístic, planificació territorial i disseny d'equipaments d'oci, experts en patrimoni culinari i gastronòmic i consultors.

Així mateix, alguns títols s'estructuren en itineraris, per tal de proporcionar una formació més especialitzada i centrada en determinats àmbits professionals,[50] mentre que d'altres universitats ofereixen la possibilitat de cursar de manera independent al màster determinades assignatures que integren titulacions preestablertes, com ara l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera, adscrita a la Universitat Autònoma de Barcelona pel que fa a l'MBA en Gestió hotelera,[51] a l'*MBA in Hotel Management*[52] i a la diplomatura en Gestió i organització d'esdeveniments – Turisme de negocis.[53]

Igual que en el cas dels màsters universitaris oficials, les **competències** que han de desenvolupar els/les estudiants d'aquests cursos són més específiques que les dels graus. En comparació amb les identificades en el mapa de les categories ocupacionals (apartat 2.2), caldria afegir, a banda de les competències transversals ja llistades en l'anàlisi dels màsters universitaris oficials,[54] les següents competències tècniques: avaluació de potencials turístics i anàlisi prospectiva de l'explotació; innovació en la presentació i difusió de la cultura; i política i estratègia en la gestió de les destinacions turístiques.

Els plans d'estudis analitzats preveuen en la majoria de casos la realització de **pràctiques** externes obligatòries (la majoria) de diferent duració: des dels cinc o sis crèdits ECTS als 20. També molts d'ells obliguen l'alumne a elaborar un **treball de fi de màster** (d'uns deu crèdits ECTS), que sovint consisteix en l'elaboració d'un pla d'empresa.

Igual que en el cas dels màsters universitaris oficials i doctorats, no es preveu un aprenentatge específic de **llengües estrangeres**, sinó que és un coneixement que ja es pressuposa que l'alumne té. Cal destacar que tres de les titulacions analitzades ofereixen part de la seva docència en anglès i un dels màsters s'ofereix tant en català, castellà i anglès com de manera íntegra en anglès.[55]

TAULA-11. Resum de l'anàlisi de l'oferta formativa dels cursos d'extensió universitària en l'àmbit del turisme. Catalunya, curs 2010-2011

Nombre de cursos		27
Distribució territorial	**Capital - ciutat**	7
	Interior rural	5
	Litoral	1
	En línia	8
	Altres	2 semipresencials, 1 a distància i 3 mixtos (presencials/en línia)

[50] Com a exemple es pot citar el Màster en Direcció estratègica d'empreses turístiques (Fundació UdG – Escola Universitària de Turisme Mediterrani), que preveu quatre especialitzacions (Direcció estratègica de creuers; Direcció de màrqueting i *e-commerce*; Direcció d'esdeveniments i congressos; i Direcció d'empreses d'allotjament) i el Màster en Direcció i màrqueting d'empreses turístiques (UOC i UIB), dirigit a la direcció estratègica turística o a la direcció de màrqueting turístic.
[51] S'ofereixen cursos de 5 crèdits ECTS, com ara el curs en Direcció d'operacions, qualitat i sistemes d'informació, el curs en Direcció de recursos humans i el curs en Direcció estratègica, entre d'altres.
[52] S'ofereixen cursos d'entre 5 i 10 crèdits ECTS centrats en la Direcció financera, la Gestió de recursos humans i el Màrqueting, per exemple.
[53] S'ofereixen cursos de 5 crèdits ECTS, com ara el curs en Màrqueting i direcció d'esdeveniments, en Organització d'esdeveniments corporatius i de comunicació i en Organització d'esdeveniments socials, entre d'altres.
[54] Treball en equip, capacitat per a l'autoaprenentatge i l'autoavaluació; capacitat per a emprendre i innovar i capacitat per a l'anàlisi crítica i la síntesi.
[55] És el cas del Màster MBA en gestió hotelera de l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma de Barcelona.

Estructura plans d'estudis dels màsters (crèdits ECTS)	**Crèdits totals**	30 - 60
	Pràctiques	5 - 20
	Treball fi de màster	10 - 15
	Idiomes	No hi ha assignatures específiques, sinó que la docència és total i parcialment en anglès en determinats casos
Categories ocupacionals	**Transversal**	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
		Comercialització i màrqueting
	Acompanyament i intermediació turística	Agents d'intermediació
		Guiatge turístic
		Organització d'esdeveniments
	Altres	Dinamitzador de destinacions turístiques massificades o desenvolupades, experts en desenvolupament turístic, planificació territorial i disseny d'equipaments d'oci, experts en patrimoni culinari i gastronòmic i consultors
Competències	**Adequació amb el mapa[1]**	50-80%
	Addicionals:	Treball en equip
	a) Transversals	Capacitat per a l'anàlisi crítica i la síntesi
		Capacitat per emprendre i innovar
		Capacitat d'autoaprenentatge i d'autoavaluació
	b) Específiques	Avaluació de potencials turístics i anàlisi prospectiva de l'explotació
		Innovació en la presentació i difusió de la cultura
		Política i estratègia en la gestió de les destinacions turístiques

(1) Es refereix a la coincidència entres les competències descrites en el mapa ocupacional elaborat a l'apartat 2.2 i les competències associades als títols acadèmics analitzats.
Font: elaboració pròpia.

3.2. Formació professional reglada

La finalitat de la formació professional reglada (en endavant, FP) és preparar l'alumnat per a l'activitat en un camp professional i facilitar la seva adaptació a les diferents exigències professionals que puguin tenir al llarg de la seva vida, així com contribuir al seu desenvolupament personal i a l'exercici d'una ciutadania democràtica. És important tenir en compte que l'FP forma part del sistema educatiu i en conseqüència la seva estructura i finalitat últimes van lligades al desenvolupament de l'alumne tant des d'una perspectiva professional com personal i social.

Ara bé, cal destacar que és la branca de l'ensenyament reglat amb una major vocació professionalitzadora. En aquest sentit, els darrers anys s'han introduït canvis en la seva configuració per tal d'aproximar-la al màxim a les necessitats de l'entorn productiu i a les pròpies necessitats professionals de l'alumnat, dotant-la d'una major flexibilitat en l'estructura i en l'accés.

L'última modificació de la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'educació (LOE), que afecta l'FP, ha estat introduïda per la Llei 2/2011, de 4 de març, d'economia sostenible,[56] que inclou els mòduls professionals específics dels programes de qualificació professional inicial (PQPI)[57] en el concepte més ampli de formació professional del sistema educatiu, juntament amb els cicles formatius de grau mitjà (CFGM) i de grau superior (CFGS).

Conseqüència d'aquesta modificació legal, l'anàlisi de l'oferta formativa en FP que conté aquest apartat inclou també els PQPI. Cal recordar que els PQPI tenen com a objectiu afavorir la inserció educativa i laboral dels alumnes que els cursen (generalment en situació de risc de fracàs escolar), en proporcionar-los les competències pròpies dels perfils professionals corresponents al nivell

[56] BOE núm. 55, de 05.03.2011.
[57] Els PQPI s'estructuren en mòduls obligatoris i voluntaris. Entre els primers, cal distingir els mòduls A (específics) i els B (formatius de caràcter general). Els mòduls voluntaris (o mòduls C) són els conduents a l'obtenció del graduat en educació secundària obligatòria. A partir de la LES es considera que els mòduls específics (A) integren la formació professional reglada.

1 de qualificació professional i, complementàriament, donar-los opcions de continuar la formació acadèmica per mitjà de l'obtenció del títol de graduat o graduada en educació secundària obligatòria.[58]

A diferència de l'anàlisi de la formació universitària, l'anàlisi següent inclou aquelles titulacions classificades tant en la família professional d'hoteleria i turisme, com altres que hi estan directament relacionades i que pertanyen a altres famílies professionals (indústries alimentàries i/o activitats físiques i esportives). No s'han tingut en compte però, titulacions de caràcter més transversal, com ara les incloses en la família professional d'administració i gestió, que capaciten la persona per treballar en aquest àmbit, però en una pluralitat de sectors.

La taula següent resumeix l'oferta existent per al curs 2010-2011 (amb alguna referència destacable per al curs següent, tal com es comenta més endavant).

TAULA-12. Oferta formativa de formació professional reglada a Catalunya, curs 2010-2011

Formació professional reglada	Família professional	Durada	Nombre centres	Categoria professional	Alumnat	Variació de l'alumnat curs anterior
PROGRAMES DE QUALIFICACIÓ PROFESSIONAL INICIAL						
Auxiliar de cuina	Hoteleria i turisme	1 curs acadèmic (859 hores)	8	Auxiliar de cuina i sala	759	12,6
Auxiliar d'establiments hotelers		1 curs acadèmic (875 hores)	2	Manteniment i neteja		
Auxiliar d'hoteleria: cuina i serveis de restauració		1 curs acadèmic (889 hores)	21	Auxiliar de cuina i sala		
Auxiliar de pastisseria i fleca	Indústries alimentàries	1 curs acadèmic (854 hores)	3	Auxiliar de cuina i sala (ajudant de pastisser)	n.d.[1]	-
CICLES FORMATIUS DE GRAU MITJÀ						
Cuina i gastronomia	Hoteleria i turisme	2 cursos acadèmics (2.000 hores)	24	Xefs i cuiners/es	2.353	7,4
Serveis en restauració			15	Maîtres i cambrers/es		
Forneria, pastisseria i confiteria	Indústries alimentàries		14	Xefs i cuiners/es	n.d.[1]	-
Conducció d'activitats fisicoesportives en el medi natural	Activitats físiques i esportives	1 curs acadèmic (1.400 hores)	32	Guiatge turístic	1.301	3,5
Conducció d'activitats fisicoesportives en el medi natural (explotació d'estacions d'esquí)		2 cursos acadèmics (1.800 hores)	1	Animació turística		
CICLES FORMATIUS DE GRAU SUPERIOR						
Agències de viatges i gestió d'esdeveniments	Hoteleria i turisme	2 cursos acadèmics (2.000 hores)	16	Agents d'intermediació Organització d'esdeveniments	1.659	1,4
Guia, informació i as-			17	Guiatge turístic		

[58] Els PQPI estan regulats a l'article 30 de la LOE; l'article 60 de la Llei 12/2009, de 10 de juliol, d'educació (LEC), els articles 11 i següents del Reial decret 1147/2011, de 29 de juliol, pel qual s'estableix l'ordenació general de la formació professional del sistema educatiu i els articles 8 i següents del Decret 140/2009, de 8 de setembre, pel qual es regulen els PQPI.

sistència turístiques				Assistència turística		
Gestió d'allotjaments turístics			11	Direcció i gerència d'empreses turístiques		
				Manteniment i neteja		
				Recepció		
Animació turística		1 curs acadèmic (1.400 hores)	6	Animació turística		
Restauració		2 cursos acadèmics (1.600 hores)	14	Xefs i cuiners/es		
				Maîtres i cambrers/es		
Direcció de cuina[2]		2 cursos acadèmics (2.000 hores)	13	Xefs i cuiners/es (director/a de cuina)	-	-
Direcció de serveis de restauració[2]			2	Maîtres i cambrers/es (maître, cap de sala, sommelier)	-	-
Animació d'activitats físiques i esportives	Activitats físiques i esportives		32	Animació turística	2.449	12,3

(1) Dada no disponible: no és possible concretar el nombre d'alumnes per a aquest títol, atès que les dades disponibles agrupen per família professional i inclouen altres titulacions a banda d'aquesta.
(2) Noves titulacions a partir del curs 2011-2012.
Font: elaboració pròpia.

Així doncs, el curs 2010-2011 **l'oferta formativa** d'FP relacionada amb el sector turístic va incloure quatre PQPI, cinc CFGM i sis CFGS. Cal tenir en compte que el curs 2011-2012 aquesta oferta s'amplia amb dues titulacions més de grau superior (Direcció de cuina i Direcció de serveis de restauració), mentre que el cicle Restauració (també de grau superior) es declara a extingir.[59]

Pel que fa a la **distribució territorial**, les 216 accions formatives (34 PQPI, 86 CFGM i 96 CFGS) es distribueixen segons recull la taula 13: 64 a la zona litoral, 68 a l'interior rural i 84 a la zona identificada en aquest estudi com capital–ciutat (és a dir, Barcelona).

De nou s'aprecia un major nombre d'accions formatives al voltant de la capital catalana, concentració que s'accentua en constatar que les marques turístiques Costa de Barcelona i Catalunya Central (ambdues molt properes a la ciutat de Barcelona) compten també amb un nombre significatiu de cursos.[60] Ara bé, cal tenir en compte que les comarques que conformen aquestes marques turístiques són també les que concentren un major percentatge de la població catalana.[61]

Pel que fa als cursos de la família professional d'hoteleria i turisme, tant els PQPI com els CFGS més de la meitat són impartits a la zona del Barcelonès, mentre que en la família professional

[59] D'altra banda, cal també tenir en compte dos nous perfils professionals dels PQPI establerts amb caràcter experimental: "auxiliar d'hoteleria: cuina i càtering" i "auxiliar d'hoteleria: cuina i serveis de restaurant i bar", ambdós relacionats amb les categories ocupacionals d'auxiliar de cuina i sala. La durada inicialment prevista dels dos és de 650 hores, tal i com estableix la Resolució ENS/102/2011, de 4 de gener, per la qual s'estableixen amb caràcter experimental diversos perfils professionals dels programes de qualificació professional inicial (DOGC núm. 5804, de 26.01.2011).
Igualment, cal tenir en compte el nou títol de tècnic superior en animació sociocultural i turística (aprovat pel Reial decret 1684/2011, de 18 de novembre, i previst que s'implanti el curs 2012-2013), i que substitueix els títols fins ara vigents en animació sociocultural i en animació turística (ambdós de grau superior), així com el de tècnics especialista en activitats socioculturals i el de tècnic especialista en agències de viatge. Aquest nou títol s'adscriu a la família professional de serveis socioculturals i a la comunitat i es preveu que tingui una durada de 2.000 hores. La competència general del títol és programar, organitzar, implementar i avaluar intervencions en animació sociocultural i turística, promovent la participació activa de les persones i grups destinataris, i coordinant les actuacions dels professionals i voluntaris sota el seu càrrec.
[60] La marca turística Costa de Barcelona aglutina 34 dels 64 cursos oferts en la zona litoral (el 53,1%) i la marca de la Catalunya Central, 29 dels 68 cursos oferts en la zona de l'interior rural (el 42,6%).
[61] La Costa de Barcelona concentra el 19,7% de la població catalana l'any 2010 (segons Idescat) i la Catalunya Central, el 23,2%. La comarca del Barcelonès (identificada a l'estudi com la zona de la capital – ciutat), concentra el 30% de la població catalana.

d'activitats físiques i esportives, l'interior rural concentra, comparativament un major percentatge de cursos, fet que sembla apuntar a una certa especialització segons el territori i la família professional: el litoral i la capital catalana amb els cursos de l'hoteleria i turisme i l'interior rural per als cursos inclosos en la família d'activitats físiques i esportives (si bé en aquest darrer cas, la capital catalana també concentra un nombre significatiu de cursos de GS).

Els estudis analitzats en aquest apartat estan vinculats a algunes **categories ocupacionals** concurrents amb les de l'oferta formativa universitària (com ara els agents d'intermediació, l'organització d'esdeveniments i el guiatge turístics), però també amb d'altres que no s'han mencionat en l'apartat anterior, especialment de l'àrea d'allotjament i restauració (xefs i cuiners/es; maîtres i cambrers/es; auxiliars de sala i cuina), i alhora altres transversals (personal de manteniment i neteja) així com pertanyents a l'àrea d'acompanyament i intermediació turística (animació turística i assistència turística).

Una menció especial mereix la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques que, tal com es pot observar en la taula següent, només s'ha vinculat al CFGS de Gestió d'allotjaments turístics, atès que aquest cicle capacita l'alumnat per coordinar els serveis propis dels establiments d'allotjament turístic, organitzar-hi esdeveniments, controlar i supervisar el departament de recepció i assegurar l'atenció a la clientela amb els nivells de qualitat establerts. Cal tenir en compte que els CFGS es consideren educació superior, juntament amb la universitària i que, per tant, aquesta titulació es desmarca de la resta i s'aproxima, en certa manera, als graus universitaris que capaciten per a la direcció i gerència d'aquestes organitzacions.

En aquest mateix sentit, cal citar els dos nous cicles implementats el curs 2011-2012 (Direcció de cuina i Direcció de serveis de restauració), que doten d'una major especialitat el cicle de Restauració (a extingir) i alhora un enfocament més centrat en les ocupacions de caràcter directiu que s'hi relacionen.

Com ja s'ha dit, les **competències** que desenvolupen en l'alumnat els diferents estudis professionalitzadors van encaminades tant al seu desenvolupament professional com al personal i social, si bé aquest apartat focalitza la seva atenció en les primeres. En general, s'aprecia un elevat grau de coincidència entre les competències que s'han detectat en configurar el mapa ocupacional (apartat 2.2) i les que es preveu desenvolupar a nivell educatiu: pràcticament total en el cas dels PQPI i al voltant del 80-90% en el cas dels cicles formatius. Ara bé, cal destacar algunes competències no relacionades anteriorment:

a) PQPI:

- No s'han detectat *competències transversals* addicionals.

- Pel que fa a les *competències tècniques*: manipulació d'aliments; envasament i empaquetatge de productes alimentaris; arranjament d'habitacions i zones comunes en allotjaments.

b) CFGM

- Pel que fa a les *competències transversals*: capacitat per emprendre i innovar; idiomes; organització i gestió d'empreses.

- Pel que fa a les *competències tècniques*: conducció de grups en bicicletes, a cavall, etc.; fonaments de l'activitat física (en general i de persones amb discapacitat).[62]

c) CFGS

[62] Cal destacar que les competències tècniques no relacionades en el mapa ocupacional de l'apartat 2.2 es refereixen bàsicament a les ocupacions incloses en la categoria d'animació i guies turístics, sobretot relacionades amb la pràctica de l'esport.

- Pel que fa a les *competències transversals*: capacitat per emprendre i innovar; organització i gestió d'empreses; estructura del mercat turístic.

- Pel que fa a les *competències tècniques*: gestió administrativa i comercial; gastronomia i nutrició; protocol i relacions públiques; processos de guia i assistència turística.

D'altra banda, la **durada** dels ensenyaments professionalitzadors varia de manera significativa: els PQPI duren un curs acadèmic (al voltant de les 860-890 hores; si bé la normativa reguladora preveu que poden durar fins a 1.100 hores); mentre que els CFGM i els CFGS duren, la majoria, dos cursos acadèmics, i suposen la realització d'entre 1.800 i 2.000 hores. Només un cas en els CFGM[63] i un en els CFGS[64] dura un curs acadèmic (fet que comporta que l'alumnat realitzi menys hores: 1.400).

Així mateix, tant els plans d'estudi dels CFGM com dels CFGS preveuen la realització de formació en centres de treball (és a dir, un **període de pràctiques** en empreses), que oscil·la entre el 20 i el 30% del total d'hores del curs.

Un altre aspecte que cal destacar dels plans d'estudis analitzats és la importància en termes d'hores lectives assignada als **idiomes** (principalment l'anglès, però també una segona llengua estrangera). En alguns CFGM el temps dedicat als idiomes oscil·la entre les 100 i les 230 hores, mentre que en d'altres no se'n preveu;[65] i en els CFGS s'hi dediquen entre les 70 i les 260 hores.[66]

TAULA-13. Resum de l'anàlisi de l'oferta formativa de la formació professional reglada. Catalunya, curs 2010-2011

Nombre de títols	**PQPI**	4
	CFGM	5
	CFGS	6 (+2)[1]
Distribució territorial	**Capital - ciutat**	84
	Interior rural	68
	Litoral	64
Durada dels estudis	**PQPI**	1 curs acadèmic (860-890 hores)
	CFGM	2 cursos acadèmics (1.800-2.000 hores); excepte un d'un curs acadèmic (1.400 h)
	CFGS	2 cursos acadèmics (2.000 hores); excepte un d'un curs acadèmic (1.400 hores)
Estructura dels plans d'estudis	**PQPI**	Mòduls A (50%) - Mòduls B (25%) - Mòduls C (voluntaris)[2]
	CFGM	70-80% hores lectives i 30-20% hores de pràctiques
	CFGS	
Categories ocupacionals	**Transversal**	Manteniment i neteja (inclou: governant/a d'hotel)
		Direcció i gerència d'empreses turístiques
	Acompanyament i intermediació turística	Agents d'intermediació
		Animació turística (inclou: monitors/es d'esports)
		Organització d'esdeveniments
		Guiatge turístic (inclou: guia de turisme eqüestre, guia d'itineraris en bicicleta; acompanyador/a muntanya)
		Assistència turística

[63] Conducció d'activitats físicoesportives en el medi natural.
[64] Animació turística.
[65] En els cicles de Cuina i gastronomia i de Forneria, pastisseria i confiteria s'hi dediquen 100 hores, en el de Serveis de restauració, 230 i, en canvi, en els cicles de la família professional d'activitats físiques i esportives, no es preveuen mòduls formatius en idiomes.
[66] Així, per exemple, en el cicle Direcció de cuina es destinen 70 hores a l'anglès, mentre que a Direcció de serveis de restauració i Guia, informació i assistència turístiques, 140 hores, i a la Gestió d'allotjaments turístics, 264 hores.

Competències	**Adequació amb el mapa[3]**	PQPI: un 90-95% i els CFGM i els CFGS: 80-90%	
	Addicionals: **a) Transversals**	**CFGM**	Capacitat per emprendre i innovar
			Idiomes
			Organització i gestió d'empreses
		CFGS	Estructura del mercat turístic
			Organització i gestió d'empreses
			Capacitat per emprendre i innovar
			Idiomes
	b) Tècniques	**PQPI**	Arranjament d'habitacions i zones comunes en allotjaments
			Manipulació d'aliments
			Envasament i empaquetatge de productes alimentaris
		CFGM	Conducció de grups en bicicletes, a cavall, etc.
			Fonaments de l'activitat física (també per a discapacitats)
		CFGS	Gestió administrativa i comercial
			Gastronomia i nutrició
			Protocol i relacions públiques
			Processos de guia i assistència turística

(1) El curs 2010-2011 es van incloure 6 títols en l'oferta formativa dels CFGS relacionats amb el sector turístic, si bé cal afegir-ne dos més el següent curs (2011-2012).
(2) Els PQPI s'estructuren en mòduls obligatoris (mòduls A i B) i mòduls voluntaris (mòduls C). Els mòduls A comporten la realització d'FP específica (de nivell 1 del Catàleg de qualificacions professionals, així com formació pràctica en empreses i un projecte integrat); els mòduls B, formació de caràcter general (com ara desenvolupament i recursos personals, coneixement de l'entorn social i professional, aprenentatges instrumentals bàsics i tutoria); i els mòduls C, voluntaris, permeten obtenir el graduat en educació secundària, sempre que es tinguin aprovats els mòduls obligatoris.
(3) Aquesta dada es refereix a la coincidència entre les competències descrites en el mapa ocupacional elaborat a l'apartat 2.2 i les competències associades als títols acadèmics analitzats.
Font: elaboració pròpia.

3.3. Formació professional per a l'ocupació

La finalitat de la formació professional per a l'ocupació és adequar-se a les necessitats tant de les empreses com dels treballadors ocupats i desocupats, partint de la importància de la formació al llarg de la vida i de la concepció de la formació com un element clau per a la productivitat i la competitivitat de les empreses. La normativa de regulació d'aquesta modalitat d'FP[67] divideix el subsistema de l'FP per a l'ocupació en diferents iniciatives formatives: la formació de demanda, la formació d'oferta, la formació en alternança amb l'ocupació i les accions de suport i acompanyament a la formació.[68]

L'anàlisi que segueix s'ha realitzat a partir de les dades sobre formació d'oferta realitzada durant l'any 2010, en base a la informació proporcionada pel SOC,[69] així com la informació sobre la formació de demanda publicada per la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (FTFE).

En primer lloc, s'analitza la formació d'oferta[70] finançada pel SOC, relativa a la família professional d'hoteleria i turisme i dirigida a persones treballadores en situació d'atur i, a continuació, la gestionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i dirigida principalment a persones treballadores ocupades.

[67] Principalment, el Reial decret 395/2007, de 23 de març, pel que es regula el subsistema d'FP per a l'ocupació (BOE núm. 87, d'11.04.2007).
[68] Article 4 del Reial decret 395/2007.
[69] En particular, agraïm la col·laboració de les senyores Núria Tuset i Clelia Colombo.
[70] La formació d'oferta té per objecte facilitar a les persones treballadores, ja siguin ocupades o aturades, una formació ajustada a les necessitats del mercat de treball, que atengui els requeriments de competitivitat de les empreses i satisfaci al mateix temps les aspiracions de promoció professional i desenvolupament personal dels treballadors/ores.

3.3.1. Formació professional per a l'ocupació dirigida prioritàriament a persones treballadores en situació d'atur

Cal tenir en compte, amb caràcter general, la importància relativa del finançament de les accions formatives de la família professional d'hoteleria i turisme sobre el total previst pel SOC a la formació d'oferta dirigida prioritàriament a persones treballadores en situació d'atur. Així, segons les dades facilitades pel SOC, les accions formatives d'oferta de la família professional d'hoteleria i turisme realitzades l'any 2010 van rebre el 4,37% del total previst pel SOC amb aquesta finalitat (100,45 milions d'euros), xifra inferior al 20,4% del total que es va assignar a la família d'administració i gestió, del 12,1% de sanitat i del 8,4%, destinat als serveis socioculturals i a la comunitat (CTESC, 2011).

Les dades que conté la taula següent corresponen a quatre programes diferents de formació d'oferta: en primer i segon lloc, les accions formatives adreçades prioritàriament a treballadors/ores en situació d'atur demandants d'ocupació (com a mínim el 60% de l'alumnat que iniciï l'acció formativa), sens perjudici de la participació de treballadors en actiu, ja siguin accions organitzades per les entitats locals[71] com per les organitzacions empresarials i sindicals i entitats vinculades amb aquestes i centres o entitats de formació (públics o privats, degudament acreditats).[72]

En tercer lloc, inclou els PQPI finançats pel SOC i que són realitzats per centres i entitats de formació inscrits en el Registre de Centres i Entitats de Formació del SOC i prèviament autoritzats pel Departament d'Ensenyament per impartir aquests PQPI.[73] En quart i darrer lloc, les dades inclouen també les accions formatives realitzades en el marc del programa Forma i Contracta, la finalitat del qual és aconseguir la inserció o la reinserció laboral de persones en situació d'atur mitjançant la realització d'una formació professional per requalificar-les per al desenvolupament d'una ocupació concreta, i preveu compromisos de contractació per part de les empreses participants i beneficiàries de la subvenció.[74]

Tal i com s'observa a la taula següent, l'any 2010 es van realitzar 567 accions formatives d'oferta estructurades en 22 cursos, corresponent les tres quartes parts a l'àrea de l'allotjament i la restauració (428 accions formatives) i la resta, a l'acompanyament i la intermediació turística (139). El nombre de persones treballadores en situació d'atur que van participar-hi va ser de 9.829.

TAULA-14. Formació d'oferta finançada pel SOC. Família professional: hoteleria i turisme. Catalunya, 2010

Àrea	Denominació del curs	Convocatòria	Nombre accions formatives	Mitjana hores / curs	Categorial professional vinculada
Allotjament i restauració	Operacions bàsiques de pisos d'allotjaments	AF persones prioritàriament en situació d'atur- Subv. ens locals	16	52,5	Manteniment i neteja
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	13	50,8	
		TOTAL	29	51,7	
	Gestió de pisos i neteja	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	3	40,0	

[71] Subvencions regulades i convocades mitjançant l'Ordre TRE/563/2009, de 22 de desembre (DOGC núm. 5536, de 30.12.2009).
[72] La Resolució TRE/3705/2009, de 23 de desembre, va obrir la convocatòria d'aquestes subvencions per a l'any 2010 (DOGC núm. 5537, de 31.12.2009).
[73] Aquestes subvencions estan regulades i convocades per l'Ordre TRE/371/2010, de 28 de juny (DOGC núm. 5665, de 7.7.2010) i corresponen a accions formatives dutes a terme al llarg del curs 2010-2011.
[74] Convocatòria per a l'any 2010: Resolució TRE/357/2010, de 12 de febrer (DOGC núm. 5570, de 18.2.2010).

	en allotjaments	AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	10	56,0	
		TOTAL	13	52,3	
	Recepció en allotjaments	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	3	43,3	Recepció
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	24	55,4	
		TOTAL	27	54,1	
	Llencer/a, bugader/a, planxador/a	AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	32	115,9	Manteniment i neteja
	Operacions bàsiques de cuina		4	52,5	Auxiliars de cuina i sala
		AF pers. priorit. en situació d'atur - Programa Forma i Contracta	2	210,0	
		TOTAL	6	105,0	
	Operacions bàsiques de catering	AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	2	60,0	
	Cuina		39	61,5	Xefs i cuiners/es
	Serveis de bar i cafeteria	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	33	67	Maîtres i cambrers/es
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	14	67,1	
		TOTAL	47	67,0	
	Serveis de restaurant	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	3	63,3	
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	7	60,0	
		TOTAL	10	61,0	
	Auxiliar de cuina	Subvencions PQPI	5	859,0	Auxiliars de cuina i sala
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	3	696,0	
		TOTAL	8	797,9	
	Aux. d'hoteleria: cuina i serveis rest.	Subvencions PQPI	12	889,0	
	Mestre-sala, maître	AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	2	75,0	Maîtres i cambrers/es
	Sommelier	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	5	62,0	
		AF pers. priorit. en situació d'atur - Programa Forma i Contracta	1	415,0	
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	6	63,3	
		TOTAL	12	92,1	
	Ajudant/a de cuina	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	67	95,8	Auxiliars de cuina i sala
		AF pers. priorit. en situació d'atur - Programa Forma i Contracta	6	331,7	
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	116	101,8	

		TOTAL	189	107,0	
	TOTAL		**428**	**123,3**	
Intermediació i acompanyament turístics	**Hostessa, auxiliar de congressos**	AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	6	55,0	Assistència turística
	Creació i gestió de viatges combinats i esdeveniments		9	70,0	Agents d'intermediació Organització d'esdeveniments
	Venda de productes i serveis turístics		4	67,5	Agents d'intermediació
	Guia de ruta		31	59,0	Guiatge turístic
	Promoció turística local i informació al visitant	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	6	70,0	
	Tècnic/a en informació turística		16	67,5	
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	25	70,8	
		TOTAL	41	69,5	
	Agent de desenvolupament turístic	AF persones prioritàriament en situació d'atur – Subv. ens locals	5	73	Agents d'intermediació
		AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	18	70,3	
		TOTAL	23	70,9	Guiatge turístic
	Animador/a turístic/a	AF persones prioritàriament en situació d'atur - Subvencions agents socials i centres formació	19	58,7	Animació turística
	TOTAL		**139**	**65,3**	
TOTAL			**567**	**109,1**	

Nota: la sigla AF significa "acció formativa".
Font: elaboració pròpia a partir del SOC.

Pel que fa a la **distribució territorial** de la formació d'oferta, l'anàlisi efectuada permet constatar que una mica més de la meitat de les accions formatives analitzades s'ha realitzat a la zona de Barcelona (el 51,8%), mentre que la zona litoral concentra el 29,5% de les accions formatives i l'interior rural, el 18,7%. Ara bé, la centralitat de l'oferta formativa s'incrementa en tenir en compte les marques turístiques més properes a la capital catalana, atès que a la Costa de Barcelona s'han realitzat 109 de les 167 accions formatives de la zona litoral (el 65,3%) i a la Catalunya central s'han realitzat 72 dels 106 cursos de la zona interior rural (fet que suposa el 68% del total de la zona).

La distribució de les accions formatives segons la zona territorial tant de l'àmbit de l'allotjament i restauració com en l'àmbit de la intermediació i l'acompanyament turístic segueix el patró descrit amb caràcter general.

Per establir la correspondència entre els diferents cursos organitzats i les **categories ocupacionals** amb les quals es treballa en el present estudi, s'han tingut en compte les ocupacions o llocs de treball que vinculen els certificats de professionalitat associats a cada acció formativa (i que relacionen les ordres i resolucions ja mencionades). La taula anterior conté aquestes equivalències.

Tal com es pot observar, les accions formatives s'associen a totes les categories ocupacionals excepte la direcció i gerència i la comercialització i el màrqueting. Així mateix, predominen les accions formatives enfocades a les categories ocupacionals que demanen una qualificació menor (auxiliars de cuina i sala, cuiners/es i cambrers/es).

La relació entre les **competències** que desenvolupen les persones participants (partint dels certificats de professionalitat associats a les accions formatives) i les competències per categories ocupacionals de l'apartat 2.2 és de coincidència absoluta. És a dir, les competències (tant transversals com tècniques) que s'han associat a cada categoria ocupacional de l'apartat 2.2 coincideixen amb les unitats de competència que els diferents certificats de professionalitat associen a cada ocupació.

Les accions formatives realitzades tenen una **durada** mitjana de 109,1 hores, si bé els cursos que corresponen a l'àrea d'allotjament i restauració van ser més llargs que els de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic (123,3 hores i 65,3 hores de mitjana, respectivament).

D'altra banda, s'aprecia una certa disparitat de la durada dels cursos en funció del programa. Així, les accions formatives destinades prioritàriament a persones desocupades duren entre 40 i 75 hores, mentre que les incloses en el programa Forma i Contracta i els PQPI són clarament superiors (entre 200 i 400 les primeres i de 696 a 860 les segones).

Cal també tenir en compte el Programa e-formació (UOC-SOC). L'oferta per a l'any 2010 incloïa cursos de 25 hores de durada centrats en el desenvolupament de les competències lingüístiques de les persones (sobretot idiomes, però també estratègies i tècniques de millora de la comunicació); en les competències en gestió de la informació i la comunicació (gestió de comunitats / *community manager*, competències TIC en turisme i un curs sobre destinacions turístiques); i les competències pròpies de l'àmbit del turisme, amb dos cursos: un sobre l'ecoturisme i l'altre sobre la gestió d'allotjaments.

3.3.2. Formació professional per a l'ocupació dirigida prioritàriament a persones treballadores ocupades

La taula següent conté les dades corresponents a les accions formatives d'oferta gestionades pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya durant l'any i que van dirigides prioritàriament a persones treballadores ocupades, si bé es preveu també la participació de treballadors en situació d'atur i treballadors afectats per expedients de regulació d'ocupació.[75] L'any 2010 s'han format un total de 1.548 persones ocupades en les accions formatives gestionades pel Consorci.

TAULA-15. Formació d'oferta gestionada pel Consorci per a la Formació Contínua. Família professional d'hostaleria i turisme. Catalunya, 2010

Àrea	Denominació curs	Persones formades	Hores del curs	Categoria professional vinculada
Allotjament i restauració	Direcció de restaurants I: com dissenyar l'oferta i vendre més	50	60	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
	La governanta professional	140	100	Manteniment i neteja
	Regidoria de pisos - governanta executiva	30	36	
	Cambrer/a de pis (I)	43	8	
	Hoteleria: atenció en pisos I - Distància	43	125	
	Cuina	55	21	Xefs i cuiners/es
	40 menús per al dia a dia del restaurant	50	20	
	Cuina bàsica	20	45	

[75] Regulades per l'Ordre TRE/230/2008, de 6 de maig (DOGC núm. 5135, de 21.5.2008), i les ordres posteriors de modificació d'aquesta.

	Cuina centroeuropea	13	20	
	Cuina creativa	132	20-40	
	Cuina d'hivern	16	20	
	Cuina i conservació al buit	19	24	
	Cuina japonesa avui	14	15	
	Cuina mediterrània	14	18	
	Cuina nacional i regional	32	40	
	Cuina regional	13	21	
	Curs de pizzes i pans	19	16	
	Esmorzars de ganivet i forquilla	21	20	
	Guarnicions i decoracions modernes	20	20	
	Masses dolces i salades	14	20	
	Els menús per a bodes i banquets	21	12	
	Entrants freds i calents	15	20	
	Hoteleria: cuina - Distància	8	125	
	Hoteleria: cuina creativa I	32	38	
	Pastisseria tradicional	11	30	
	Preparació d'aperitius i canapès	50	25	
	Presentació de *buffets*	29	30-50	
	Productes novedosos a la carta de la fleca 2: pastisseria	37	10	
	Rebosteria - pastisseria	92	20-60	
	Tapes i entremesos	15	24	
	Tècniques culinàries	20	8	
	Tècniques culinàries - Nivell II	34	38	
	Tècniques culinàries: Sector hostaleria	13	24	
	Cocteleria	109	15-20	Maîtres i cambrers/es
	El tast del vi	18	15	
	Enologia: presentació de vins - sommelier I	17	38	
	Enologia: presentació de vins - sommelier II	14	38	
	Presentació de vins i begudes	59	16-40	
	Tast de vins I	12	15	
	Ajudant de cuina	34	40	Auxiliar de cuina i sala
	Elaboracions bàsiques i plats elementals amb hortalisses,llegums secs, pastes, arrossos i ous	17	70	
	Elaboracions bàsiques i plats elementals amb peixos,crustacis i mol·luscs	16	60	
	Elaboracions bàsiques i plats elementals amb carns, aus i cacera	15	70	
	Elaboracions bàsiques de rebosteria i postres elementals	18	40	
	Elaboració culinària bàsica	52	20-45	

Intermediació i acompanyament turístic	**Desenvolupament i dinamització de l'àmbit rural**	32	40	Agent d'intermediació

Font: elaboració pròpia a partir del SOC – Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya.

L'any 2010 s'han realitzat 47 cursos diferents, però atès que algun d'ells (13 en concret) s'ha fet en més d'un municipi, en realitat s'han realitzat 72 accions formatives.

Pel que fa a la **distribució territorial** d'aquestes accions, i a diferència de la resta de nivells formatius analitzats, en aquest cas es constata com la zona de l'interior rural concentra el major nombre de cursos realitzats (30 de 72), seguida de la zona litoral (amb 26 cursos) i la capital (16). Ara bé, en afegir a la zona de la capital catalana les accions formatives realitzades en les marques turístiques més properes (Costa de Barcelona i Catalunya central),[76] aquesta zona passa a concentrar pràcticament la meitat dels cursos duts a terme (el 48,6%).

Tal i com s'observa a la taula anterior, l'àrea d'allotjament i restauració aglutina la clara majoria de cursos (només el 2,8% de les accions pertanyen a l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic). Així mateix, més de la meitat de les accions formatives (el 59,7%) van dirigides a la **categoria ocupacional** de xefs i cuiners/es, seguida a distància per la formació enfocada a maîtres i cambrers/es (el 15,3%) i auxiliars de cuina i sala (el 12,5%). Amb caràcter residual s'han organitzat cursos per a la direcció i gerència d'organitzacions turístiques i per als agents d'intermediació.

Cal tenir en compte però, que l'associació entre les accions formatives i les categories professionals ha estat intuïtiva, atès que en aquest cas ni l'Ordre reguladora d'aquestes accions ni la Resolució de convocatòria[77] inclou la relació entre sectors, formació i competències a desenvolupar. Per la qual cosa, en aquest cas tampoc no és possible una anàlisi de les **competències** desenvolupades en les diferents accions formatives, tal com s'ha fet en la resta d'apartats.

Si bé s'ha tractat de manera separada la formació d'oferta en funció del col·lectiu prioritàriament destinatari d'aquesta, pot ser útil també presentar, com fa la taula següent, de manera conjunta tota la formació d'oferta realitzada a Catalunya durant el 2010.

TAULA-16. Resum de l'oferta formativa d'FP d'oferta. Família professional d'hoteleria i turisme. Catalunya, 2010

		AF finançades pel SOC	AF finançades pel Consorci FC	Total
Accions formatives		567	72	639
Alumnat		9.829	1.548	11.377[1]
Distribució territorial	**Capital ciutat**	293	577	870
	Interior rural	106	579	685
	Litoral	167	392	559
Durada mitjana		109	39	-
Categories ocupacionals	**Transversal**	-	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques	-
		Manteniment i neteja		-
	Allotjament i	Recepció	-	-
		Xefs i cuiners/es		-

[76] Amb 9 i 10 cursos respectivament.
[77] Resolució TRE/1145/2010, d'1 d'abril (DOGC núm. 5610, de 19.4.2010).

	restauració	Maîtres i cambrers/es		-
		Auxiliars de cuina i sala		-
	Acompanyament i intermediació turística	Agents d'intermediació		-
		Guiatge turístic	-	-
		Organització d'esdeveniments	-	-
		Animació turística	-	-
		Assistents/es	-	-

(1) Cal afegir a aquest nombre d'alumnes els 1.056 que han participat en cursos d'e-formació organitzats pel SOC i els 237 de la formació no presencial gestionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya.
Font: elaboració pròpia.

Per últim, també cal tenir en compte la formació de demanda, que inclou tant les accions formatives de les empreses com els permisos individuals de formació (finançats totalment o parcialment amb fons públics) per respondre a les necessitats específiques de formació plantejades per les empreses i els seus treballadors. Aquesta formació està gestionada per la Fundació Tripartida per a la Formació per a l'Ocupació.

La taula següent conté les dades publicades al web d'aquest organisme, desagregades per sectors d'activitat. Ara bé, a diferència de les altres dades analitzades en aquest apartat, no es disposa del detall dels cursos organitzats i per tant, no es poden analitzar les competències desenvolupades i les categories ocupacionals associades a cada curs.

TAULA-17. Accions de formació de demanda a les empreses. Catalunya, 2010

	Allotjament	Restauració	Intermediació i acompanyament turístic	Total
Empreses formadores	992	4.953	206	6.151
Participants formats	8.856	27.911	980	37.747
Directius	546	560	51	1.157
Comandaments intermedis	1.619	2.601	129	4.349
Tècnics	769	1.643	181	2.593
Treballadors qualificats	4.185	11.605	549	16.339
Treballadors no qualificats	1.737	11.502	70	13.309

Nota: s'ha establert la següent correspondència entre les dades sectorials publicades per l'FTFE i les àrees amb les que es treballa en el present estudi: "allotjament" inclou les activitats relatives als serveis d'allotjament, "restauració" els serveis d'aliments i begudes, i "intermediació turística", les activitats de les agències de viatges, els operadors turístics, serveis de reserves i activitats relacionades amb aquests.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'FTFE.

De la taula anterior destaca en primer lloc el predomini gairebé absolut de la formació de demanda en l'àrea de l'allotjament i la restauració (amb el 96,6% de les empreses i el 97,4% dels participants), sent residual el pes de la intermediació i l'acompanyament turístic. Igualment, destaca el pes de l'àrea de restauració, amb el 80,5% de les empreses formadores i el 73,9% dels participants formats.

Pel que fa a la categoria professional de les persones formades, en les tres àrees destaca la poca participació dels directius (són el 3,1% del total) i dels tècnics (6,9%), mentre que és significativa la importància relativa dels treballadors qualificats (43,3% del total) i dels no qualificats (35,3%), sobretot en aquest darrer cas en l'àrea de restauració (atès que concentren el 41,2% del total de participants en les accions formatives). Aquesta distribució segons categories professionals respon en gran part a les característiques pròpies de l'ocupació en aquest sector.

3.4. Altres accions formatives

S'inclouen en aquesta categoria totes aquelles accions formatives organitzades o impartides per centres de formació de tot tipus (públics o privats, específics de l'àmbit turístic o més genèrics) que ofereixen formació en algun àmbit relacionat amb el sector turístic.

Cal tenir en compte però, com ja s'ha dit anteriorment, que determinats àmbits formatius són transversals i per tant, necessaris en altres sectors, com ara la gestió i l'administració, els recursos humans, l'atenció al client, els idiomes, etc. L'anàlisi de l'oferta formativa que realitza aquest capítol no ha estudiat aquestes accions formatives de temàtica transversal (a excepció d'aquelles clarament enfocades al sector turístic), fet que no significa que siguin menys importants.

Un exemple clar d'aquest tipus d'accions excloses és l'aprenentatge de llengües estrangeres. Tant els centres universitaris consultats, els centres d'educació secundària, com una àmplia gamma de centres de formació (tant públics com privats), ofereixen diferents cursos d'idiomes (des dels més tradicionalment estudiats com ara l'anglès, el francès o l'alemany) a altres enfocats cap a les noves economies emergents (i per tant amb clients potencials del sector turístic català), com ara el rus i el xinès, entre molts d'altres. Aquests cursos s'ofereixen al llarg del territori, en una important varietat de modalitats (presencial, semipresencial, en línia) i focalitzats en molts aspectes diferents.[78]

Així doncs sense ànims d'exhausitivitat, tenint en compte les mancances apuntades i l'elevada variabilitat a la que se sotmet l'oferta formativa, la taula següent presenta un resum d'aquelles accions formatives de l'àmbit del turisme proporcionades per diferents centres de formació a Catalunya i que no es corresponen a cap de les accions ja analitzades en els anteriors apartats.

Atesa l'elevada casuística, i a diferència de la resta de formació analitzada en els apartats anteriors, els cursos s'han agrupat tenint en compte la categoria ocupacional i el centre que els imparteix. Alhora s'ha afegit un llistat dels principals temes que aborden, prenent en consideració la categoria ocupacional a la que es vinculen.

TAULA-18. Altra oferta formativa en l'àmbit del turisme. Catalunya, 2010-2011

Àrea	Categoria professional vinculada	Centres	Nombre de cursos	Temàtica
Transversals	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques	Universitat Oberta de Catalunya	4	→ Gestió de la qualitat
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT) - Universitat Barcelona	5	→ Finances
		Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra	6	→ Anàlisi i resolució de conflictes
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme Sant Pol de Mar - Universitat de Girona	2	→ Gestió d'equips i persones
		Universitat de Lleida	1	→ Lideratge
		Escola Universitària de Turisme Bettatur - Universitat Rovira i Virgili	1	→ Turisme sostenible → Responsabilitat social corporativa
		FUNIBER - *Fundación Universitaria Iberoamericana* - Universitat Autònoma de Barcelona	2	→ Planificació turística → Consultoria turística
	Comercialització i màrqueting	Euroaulaonline	5	→ Comunicació corporativa
		Universitat Oberta de Catalunya	5	
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de	7	→ Construcció de la marca

[78] Gramàtica; conversa formal i informal, en directe o mitjançant telèfon; redacció de textos, d'anuncis, de correus electrònics, etc.

		Barcelona (CETT) - Universitat Barcelona		→ Turisme 2.0
				→ *Revenue management*
		Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra	6	→ *E-business*
				→ Creació i comercialització de projectes turístics
		FUNIBER - *Fundación Universitaria Iberoamericana* - Universitat Autònoma de Barcelona	1	→Gestió de clients
				→ Direcció estratègica del màrqueting
	Manteniment i neteja	Euroaulaonline	3	→ Gestió del departament de pisos
		HOTEL-LO	2	
		Escola Universitària del Maresme - Universitat Pompeu Fabra	3	
		Institut Català d'Ensenyament Industrial	1	→ Gestió del manteniment hoteler
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT) - Universitat Barcelona	1	→ Cambrer/a pisos
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme Sant Pol de Mar - Universitat de Girona	2	
Allotjament i restauració	Xefs i cuiners/es	Universitat Oberta de Catalunya	1	→ Creativitat
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT) - Universitat Barcelona	7	→ Manipulació d'aliments
		Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma Barcelona	12	→ Seguretat alimentària
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme Sant Pol de Mar - Universitat de Girona	6	
		Universitat de Lleida	1	→ Higiene alimentària
		Escola Superior de Turisme Sant Ignasi - Universitat Ramon Llull	1	
		Escola Superior d'Hostaleria de Barcelona	2	→ Direcció de cuina
		Aula Chocovic- *Chocolate Academy*	3	
		Institut Català d'Ensenyament Industrial	1	→ Elaboració d'aliments de diferent tipus
		Escola de cuina Terra d'Escudella	1	
		Coquus escola de cuina	13	→ Pastisseria
		Escola d'Hostaleria de Castelldefels	1	
		Jesuïtes Sarrià - Sant Ignasi	1	
		Escola de cuina Mey Hoffmann	1	
	Maîtres i camb-rers/es	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT) - Universitat Barcelona	5	→ Tècniques de servei de restaurant
		Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma Barcelona	10	→ Protocol
		Universitat Rovira i Virgili	1	→ Cambrer/a de banquet, cafeteria i bar
		Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme Sant Pol de Mar - Universitat de Girona	1	
		Universitat de Lleida	2	→ Direcció de sala
		Universitat Internacional de Catalunya	1	
		Escola Superior d'Hostaleria de Barcelona	6	→ Sommelieria
		Escola d'Hostaleria de Castelldefels	1	→ Maridatge
		Jesuïtes Sarrià - Sant Ignasi	1	
		Institut Català d'Ensenyament Industrial	1	
	Auxiliars de cuina i sala	Escola de cuina Terra d'Escudella	1	→ Ajudant cambrer/a

Intermediació i acompanyament turístic	Animació turística	Escola Universitària de Turisme Bettatur - Universitat Rovira i Virgili	1	→ Animació turística
	Agents d'intermediació	Escola Universitària de Turisme Bettatur - Universitat Rovira i Virgili	1	→ Disseny d'itineraris turístics
		Universitat Autònoma de Barcelona + Fundació Prat + Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT)	1	
		Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma Barcelona	10	→ Gestió d'eines i canals electrònics per a la comercialització de destins turístics
		Formatic Barna	1	
		Escola Universitària de Turisme Mediterrani – Universitat de Girona	1	
	Organització d'esdeveniments	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT) - Universitat Barcelona	1	→ Protocol
				→ Comunicació corporativa
		Universitat de Girona	3	→ Organització de congressos, fires i banquets
				→ Organització de casaments
	Assistència turística	Formatic Barna	4	→ Hostessa de vol
				→ Agent de tràfic de passatgers
				→ Agent d'operacions de vol
Altres	Experts en planificació del desenvolupament turístic	Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT) - Universitat de Barcelona	5	→ Planificació del desenvolupament turístic
	Experts en anàlisi de repercussions ambientals			→ Gestió patrimoni cultural
	Arquitectes i dissenyadors			→ Gestió de la sostenibilitat
				→ Projectes arquitectònics per a l'hoteleria

Font: elaboració pròpia.

L'oferta formativa analitzada comprèn 166 cursos, amb la següent **distribució territorial**: 74 s'ofereixen a la zona de la capital (44,6% del total), 39 a la zona d'interior rural, 35 al litoral i 18 en línia. De nou, en considerar les marques turístiques properes a Barcelona (Costa de Barcelona i Catalunya Central), es constata l'elevat nombre d'accions formatives ofertes en aquestes àrees: 28 a la Costa de Barcelona i 35 a la Catalunya Central (en aquest darrer cas, totes impartides per l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB a Cerdanyola del Vallès).

D'altra banda, cal fer una menció específica al criteri emprat per identificar els centres formatius: atès que la recerca ha estat fonamentalment en línia, s'ha seguit el llistat de centres formatius que ofereix el portal "Educaweb" per al sector de l'hoteleria i el turisme. Així mateix, s'ha fet una consulta específica als responsables[79] del citat portal sobre quins són els centres amb major demanda que ofereixen formació en línia en aquest àmbit (alguns d'ells ja s'han tingut en compte en els apartats anteriors).[80] Ara bé, el nombre d'accions formatives en línia obtingut (18) pot semblar relativament escàs en comparació amb altres àmbits, però cal tenir en compte la importància de la formació presencial i "experiencial" en el sector del turisme, fet que en dificulta l'ensenyament no presencial.

Pel que fa a les **categories ocupacionals** vinculades a les diferents accions formatives, la taula anterior permet constatar com la majoria es relacionen amb l'àrea de l'allotjament i la restauració (81 accions formatives), seguida per l'àrea transversal (57) i la d'intermediació i acompanyament

[79] Agraïm la col·laboració dels senyors Josep Lluís Segú i Xavier Aspas.
[80] Entre d'altres: educaciOnline, ESERP, Euroaula, Euroaulaonline, Hotel-lo (*Hotel Management Solutions*), Universitat Oberta de Catalunya, Campus universitari de la Mediterrània, E-logos (*Escuela de cursos de postgrado*), Unigis Girona, etc.

turístic (28). Dins d'aquestes àrees, destaca la categoria de xefs i cuiners/es, que concentra 51 cursos, seguida a distància de la de maîtres i cambrers/es (amb 29 cursos), comercialització i màrqueting (24) i direcció i gerència d'organitzacions turístiques (21).

En comparació amb l'oferta formativa analitzada en els apartats precedents, cal destacar l'elevat nombre d'accions formatives que s'associen a la categoria ocupacional de comercialització i màrqueting,[81] fet que contribueix a presentar-la com una categoria amb important projecció i demanda per part de les empreses, en línia amb les conclusions d'altres informes i estudis de tendència. Atès que la durada d'aquestes accions formatives és menor que la dels altres apartats, es pot considerar que es configuren com a cursos d'especialització altament adaptats a les demandes del mercat de treball.

En conseqüència, les **competències** que es desenvolupen en aquestes accions formatives són molt concretes i responen a necessitats puntuals dels treballadors i les empreses. L'anàlisi comparatiu de les competències requerides per les diferents categories ocupacionals (apartat 2.2) i les desenvolupades per aquests cursos mostra les principals diferències en les categories tècniques, i alhora concretes per a determinades ocupacions. Així:

- Pel que fa a la categoria de *direcció i gerència d'organitzacions turístiques*, les principals competències tècniques desenvolupades pels cursos analitzats es refereixen a l'aplicació de les TIC en qualsevol punt de la cadena de valor de les activitats turístiques; al marc legal que regula determinades activitats (com ara els aspectes mediambientals); el màrqueting gastronòmic; el finançament de municipis a través del desenvolupament de productes turístics; la visió ètica, social i mediambiental en la direcció d'empreses (RSE); etc.

- Pel que fa a la categoria de *comercialització i màrqueting*, destaca el desenvolupament de les competències relacionades també amb l'aplicació de les TIC en qualsevol punt de la cadena de valor de les activitats turístiques; la presa de decisions enfocada a la perspectiva comercial i de satisfacció i fidelització del client; el domini de les eines per crear relacions amb els públic i els clients; la recerca, monitorització i gestió de la reputació en línia; el màrqueting gastronòmic; entre d'altres.

- En la categoria d'*agents d'intermediació turística*, es desenvolupen competències específiques per a determinats productes (com ara els "trens turístics") o aplicacions informàtiques (programa de reserves "Amadeus"), així com el marc legal, l'aplicació de les TIC i el disseny de nous productes turístics.

- Pel que fa a la categoria d'*assistència turística,* generalment poc present en la resta de l'oferta formativa, cal destacar els cursos centrats en el marc legal (com ara el dret aeri), el transport de mercaderies perilloses i els coneixements bàsics sobre aviació, entre d'altres.

Com ja s'ha dit, la categoria d'altres accions formatives és complementària a les anteriors, per la qual cosa, també recull la formació enfocada a les noves ocupacions del sector, com ara els experts en desenvolupament turístic o els arquitectes i dissenyadors d'hotels, tal com recull la taula anterior, i per tant, desenvolupa competències molt específiques d'aquests col·lectius.

Per últim, cal tenir en compte que la majoria d'accions formatives analitzades presenten una elevada variabilitat pel que fa a la seva **durada**. Així, hi ha cursos de dues o quatre hores (com ara els impartits per l'escola de cuina *Coquus* o l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB – sobre l'ús del programa *Amadeus*); de 20 a 40 hores (Escola Superior d'Hostaleria de Barcelona i l'Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona –CETT) i de més de 300

[81] I que contrasta amb l'absència d'oferta formativa específica per a aquesta categoria en altres modalitats formatives, com ara l'FP reglada o l'FP per a l'ocupació.

(com ara els impartits per FUNIBER, l'Escola Superior de Turisme Sant Ignasi i l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB).

TAULA-19. Resum de l'anàlisi de l'oferta formativa categoritzada com altres accions formatives. Catalunya, 2010-2011

Nombre d'accions formatives		166
Distribució territorial	**Capital - ciutat**	74
	Interior rural	39
	Litoral	35
	En línia	18
Durada		2,5 hores a 400 o més (un o dos anys acadèmics)
Categories ocupacionals	**Transversals**	Direcció i gerència d'organitzacions turístiques
		Comercialització i màrqueting
		Manteniment i neteja
	Allotjament i restauració	Xefs i cuiners/es
		Maîtres i cambrers/es
		Auxiliars de cuina i sala
	Intermediació i acompanyament turístic	Agents d'intermediació
		Animació turística
		Organització d'esdeveniments
		Assistència turística
	Altres	Experts/es en planificació del desenvolupament turístic; experts/es en anàlisi de repercussions ambientals; arquitectes i dissenyadors.
Competències	**Adequació amb el mapa[1]**	65-75%
	Addicionals **Tècniques:** **a) Direcció i gerència d'organitzacions turístiques**	Aplicació de les TIC en qualsevol punt de la cadena de valor de les activitats turístiques
		Marc legal de determinades activitats
		Màrqueting gastronòmic
		Finançament de municipis a través del desenvolupament de productes turístics
		Visió ètica, social i mediambiental en la direcció d'empreses (RSE)
	b) Comercialització i màrqueting	Aplicació de les TIC en qualsevol punt de la cadena de valor de les activitats turístiques
		Màrqueting gastronòmic
		Presa de decisions enfocada a la perspectiva comercial i de satisfacció i fidelització del client
		Domini de les eines per crear relacions amb el públic i els clients
		Recerca, monitorització i gestió de la reputació en línia
	c) Agents d'intermediació	Competències específiques per a determinats productes ("trens turístics) o aplicacions informàtiques ("Amadeus"),
		Marc legal de determinades activitats
		Disseny de nous productes turístics
	d) Assistència turística	Transport de mercaderies perilloses
		Marc legal de determinades activitats
		Coneixements bàsics sobre aviació

(1) Aquesta dada es refereix a la coincidència entre les competències descrites en el mapa ocupacional elaborat a l'apartat 2.2 i les competències associades als títols acadèmics analitzats.
Font: elaboració pròpia.

4. Demanda de formació de les empreses del sector turístic

L'objectiu general d'aquest capítol és analitzar les necessitats formatives de les empreses del sector turístic i, en concret, observar les diferències pel que fa a la valoració de la formació i les mancances formatives per subsectors, grandària de l'empresa i zona turística.

Per conèixer la demanda de formació de les empreses turístiques s'ha dut a terme una enquesta[82] dirigida a les empreses del sector amb els objectius específics següents:

1. Analitzar les necessitats de formació del sector en el marc del model turístic actual.

2. Analitzar el valor que el sector turístic atorga a la formació per a la competitivitat de l'empresa i en els processos de selecció i promoció del personal.

3. Detectar els punts de millora de l'encaix entre l'oferta i la demanda de formació per orientar les empreses i els ens públic i privats de l'àmbit del turisme de Catalunya.

Els resultats de l'enquesta complementen el capítol 2 d'aquest informe, «Mapa de les ocupacions del sector turístic», i el capítol 3, «Anàlisi de l'oferta formativa en l'àmbit del turisme». La seva descripció s'estructura en cinc grans apartats: 4.1. «Metodologia», 4.2. «Planificació de la formació», 4.3. «Preferències de la formació», 4.4. «Valoració de la formació», 4.5. «Valoració de l'oferta formativa» i 4.6. «Propostes per millorar la formació en l'àmbit del turisme».

L'anàlisi de les habilitats i la valoració de la formació per ocupacions s'aborda en el capítol 5, «Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda de formació» i, en detall, mitjançant les fitxes de categories ocupacionals.

4.1. Metodologia

Fitxa tècnica

Empresa que ha dut a terme el treball de camp

Block de ideas-Institut DEP.

Dates de realització del treball de camp

Del 2 al 30 de novembre de 2011.

Horari de realització de les trucades

Les trucades telefòniques s'han realitzat entre les 9 i les 21 hores.

Àmbit geogràfic

Catalunya.

Univers o població

42.611 empreses del sector turístic, la facturació de les quals depèn en més de la meitat del tu-

[82] Aquesta enquesta ha estat finançada pel Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

risme, i amb activitat exclusiva o principal classificada en els codis de CNAE següents:

- Transport (només de passatgers): 491, 493, 501, 503, 511.
- Hostaleria. Allotjament: 551, 552, 553, 559. Restauració: 561 i 563.
- Activitats administratives i serveis auxiliars. Intermediació: 771, 791, 799.
- Activitats artístiques, recreatives i d'entreteniment. Activitats d'oci i organització d'esdeveniments: 823, 900, 9910, 932.

Aquest univers que, inicialment i segons les dades del DIRCE-2011, era de 67.361 empreses, s'ha estimat en 42.611 empreses a partir de les dades obtingudes durant el treball de camp, tal com s'observa a la taula següent.

TAULA-20. Distribució corregida de les empreses turístiques de Catalunya, per sectors i grandària

Activitat principal	Micro < 10		Petita 10-49		Mitjana / gran ≥ 50		Total	
(CNAE 2011)	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transport turístic	4.921	11,55%	69	0,16%	19	0,05%	**5.009**	**11,76%**
Allotjament	2.819	6,62%	410	0,96%	126	0,29%	**3.355**	**7,87%**
Restauració	26.666	62,58%	873	2,05%	64	0,15%	**27.603**	**64,78%**
Intermediació turística	1.748	4,10%	72	0,17%	21	0,05%	**1.840**	**4,32%**
Oci i esdeveniments *	4.483	10,52%	284	0,67%	37	0,09%	**4.804**	**11,27%**
Total	**40.636**	**95,37%**	**1.708**	**4,01%**	**267**	**0,63%**	**42.611**	**100,00%**

Unitats: valors absoluts i percentatges.
* El sector de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments inclou també els casinos i les empreses d'esports d'aventura estimades a partir de les dades del DIRCE.
Font: elaboració pròpia a partir del DIRCE (INE).

Mètode de recollida de la informació

Entrevistes telefòniques assistides per ordinador (CATI). El qüestionari de l'entrevista es pot consultar a l'annex 1 de l'estudi.

Fonts d'informació

Directori Central d'Empreses de l'Institut Nacional d'Estadística (DIRCE), Cambres de Catalunya (CAMERDATA), i llistat dels establiments turístics de la Generalitat de Catalunya (Observatori d'Empresa i Ocupació).

Mostreig o disseny mostral

Aleatori estratificat.

Assignació de la mostra

Assignació no proporcional.

Unitat de mostra

Directors, gerents, responsables de recursos humans i/o formació d'organitzacions turístiques.[83]

Grandària i distribució de la mostra

430 entrevistes vàlides distribuïdes per quotes de la manera següent:

- Cincs grans sectors d'activitat econòmica relacionats amb el turisme, és a dir: transport de passatgers, allotjament, restauració, intermediació turística i activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

- Tres dimensions de l'empresa: microempresa (menys de 10 persones assalariades), petita empresa (entre 10 i 49), mitjana i gran empresa (50 i més).

- Tres zones i deu marques turístiques: zona litoral, que inclou les marques turístiques de Costa Brava, Costa Daurada, Costa del Garraf i Costa de Barcelona–Maresme; zona interior rural, que inclou les marques turístiques de Pirineus, Catalunya Central, Terres de Lleida, Terres de l'Ebre i Val d'Aran. Zona capital–ciutat, que inclou la marca turística de Barcelona.

En aquest sentit, la distribució de la mostra per sectors i grandària d'empresa ha estat la següent:

TAULA-21. Distribució de la mostra d'empreses, per sectors d'activitat econòmica i grandària

Activitat principal (mostra)	Micro < 10		Petita 10-49		Mitjana / gran ≥50		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Transport turístic	41	9,5%	12	2,8%	11	2,6%	**64**	**14,88%**
Allotjament	34	7,9%	38	8,8%	34	7,9%	**106**	**24,65%**
Restauració	32	7,4%	36	8,4%	26	6,1%	**94**	**21,86%**
Intermediació turística	42	9,8%	32	7,4%	11	2,7%	**85**	**19,77%**
Oci i esdeveniments*	37	8,6%	29	6,7%	15	3,5%	**81**	**18,84%**
Total	**186**	**43,3%**	**147**	**34,2%**	**97**	**22,6%**	**430**	**100,00%**

Unitats: valors absoluts i percentatges.
Font: elaboració pròpia.

Com s'observa a la taula anterior, per comparar els diversos grups, la mostra d'empreses turístiques de l'estudi s'han distribuït de manera equilibrada per sector d'activitat econòmica: transport (15%), allotjament (24%), restauració (22%), intermediació turística (20%) i activitats d'oci i organització d'esdeveniments (19%); grandària: microempresa (43%), petita (34%) i mitjana/gran (23%); i zona turística: litoral (38%), capital ciutat (32%) i interior rural (30%).

D'altra banda, els **professionals autoocupats o autònoms** han tingut un tractament diferenciat de la resta de microempreses, atès que l'itinerari de l'entrevista telefònica s'ha adaptat a aquest col·lectiu.[84] En aquest sentit, la mostra de microempreses (el 43%) està constituïda per professionals autoocupats (el 15%) i microempreses que tenen entre 1 i 9 persones assalariades (el 28%).

Marges d'error

El marge d'error per al conjunt de la mostra ha estat de **±4,8** si es considera el nivell de confian-

[83] Vegeu el subapartat de perfil de la persona entrevistada.
[84] Vegeu el qüestionari de l'annex 1.

ça del 95,5% i el supòsit de probabilitat més desfavorable o de màxima indeterminació p=q=0,5. No obstant això, el marge d'error per sector d'activitat econòmica és el de la taula següent.

TAULA-22. Marges d'error per sectors turístics

Activitat principal	Univers	Entrevistes vàlides	Marge d'error
Transport turístic	5.009	64	±12,42
Allotjament	3.355	106	±9,56
Restauració	27.603	94	±10,30
Intermediació turística	1.840	85	±10,60
Oci i esdeveniments*	4.804	81	±11,02

Unitats: percentatges.
Font: elaboració pròpia.

I el marge d'error per grandària de l'empresa és el següent.

TAULA-23. Marges d'error per grandària de l'empresa

Grandària	Univers	Entrevistes vàlides	Marge d'error
Micro (<10)	40.636	186	±7,32
Petita (10-49)	1.708	147	±7,89
Mitjana/Gran (≥50)	267	97	±8,12

Unitats: percentatges.
Font: elaboració pròpia.

Anàlisi de dades: mostra real i mostra ponderada

Atès que l'assignació de la mostra no ha estat proporcional, la mostra s'ha ponderat en funció del pes real que té cada sector turístic i de la dimensió d'empresa, amb la finalitat que els resultats siguin representatius.

Així, per al **conjunt d'empreses "turístiques",** la facturació de les qual depèn en més de la meitat del turisme, s'han aplicat els coeficients de ponderació de la taula següent.

TAULA-24. Coeficients de ponderació que permeten analitzar les dades del conjunt de la mostra

Activitat principal	Micro < 10	Petita 10-49	Mitjana / gran ≥50
Transport turístic	1,903066151	0,090965098	0,027855341
Allotjament	0,593666959	0,077274137	0,026472815
Restauració	7,509807233	0,218458092	0,022342305
Intermediació turística	0,505057681	0,027329427	0,022632465
Oci i esdeveniments*	1,398680045	0,113142312	0,028513037

Unitats: valors absoluts.
Font: elaboració pròpia.

En aquesta línia, quant a l'anàlisi de les dades per **sectors d'activitat turística** s'han aplicat els coeficients de ponderació de la taula següent.

TAULA-25. Coeficients de ponderació que permeten analitzar les dades per sector d'activitat

Grandària de l'empresa	Transports	Allotjament	Restauració	Intermediació	Oci i esdeveni-ments
Micro (<10)	1,533499829	2,619718310	2,837771690	1,922011731	2,042789682
Petita (10-49)	0,073300113	0,340993328	0,082549947	0,104002929	0,165245761
Mitjana/Gran (≥50)	0,022445967	0,116818558	0,008442608	0,086128504	0,041643646

Unitats: valors absoluts.
Font: elaboració pròpia.

I en l'anàlisi de dades per **grandària de l'empresa** s'han aplicat els coeficients de ponderació que es concreten a continuació.

TAULA-26. Coeficients de ponderació que permeten analitzar les dades per grandària de l'empresa

Activitat principal	Micro < 10	Petita 10-49	Mitjana / gran ≥50
Transport turístic	0,549372618	0,493804496	0,638147257
Allotjament	0,379476112	0,928844150	1,342891700
Restauració	3,814245345	2,086484168	0,900548505
Intermediació turística	0,190461726	0,193804732	0,677326220
Oci i esdeveniments*	0,554548413	0,843554721	0,897147521

Unitats: valors absoluts.
Font: elaboració pròpia.

Quant a l'anàlisi de dades que es desenvolupa en els apartats posteriors, la **base** fa referència a la **mostra real** de persones entrevistades que han respost l'entrevista o la pregunta concreta de l'entrevista, i els **percentatges o puntuació** fan referència a la **mostra ponderada**, és a dir corregida en funció del pes real que tenen les empreses "turístiques" en el conjunt d'empreses del sector, els cinc sectors d'activitat turística, el tres tipus de dimensió d'empresa i les tres zones turístiques.

4.2. Planificació de la formació[85]

1. Tot i que la majoria de persones entrevistades opina que la responsabilitat de planificar la formació ha de ser compartida entre l'empresa i el personal, l'organització de la formació a les empreses ha estat iniciativa d'aquesta, especialment a la microempresa i al sector de la restauració.

2. En general, el sector turístic inverteix poc en formació, atès que només la meitat de les empreses han fet formació els darrers cinc anys, i només el 41% preveuen fer-ne els propers dos anys.

3. Més d'una de cada tres empreses turístiques no ha fet ni preveu fer formació, el 36%. Aquest percentatge és significativament més alt entre les empreses del transport turístic (el 48%).

4. La majoria d'empreses que no han fet ni preveuen fer formació són persones autoocupades i microempreses d'entre dos i deu persones assalariades que han de consolidar la posició actual i facturen menys de 100.000 euros l'any.

5. Gairebé una de cada tres empreses turístiques ha fet i preveu fer formació, el 31%. Aquest percen-

[85] Els resultats en percentatges d'aquest apartat s'han ponderat per sector i grandària de l'empresa amb la finalitat de donar-los el pes real que els correspon. No obstant això, les bases corresponen a la mostra real d'entrevistes realitzades sense ponderar.

tatge és significativament més alt entre les empreses de la intermediació turística (el 48%).

6. Les empreses que han fet i preveuen fer formació són les que tenen més de 10 persones assalariades i, majoritàriament, les mitjanes i grans empreses de 50 i més treballadors/ores amb una orientació de negoci innovadora en productes i serveis.

7. Les competències en llengües estrangeres són prioritàries, sobretot en el sector del transport turístic. Els temes de cuina i relacionats són d'interès a la restauració i a les empreses de l'interior rural. Els temes sobre viatges, cultura i museus són d'interès en la intermediació turística i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, i les competències en informàtica i noves tecnologies són prioritàries a l'allotjament i a zona litoral.

Responsabilitat de planificar la formació[86]

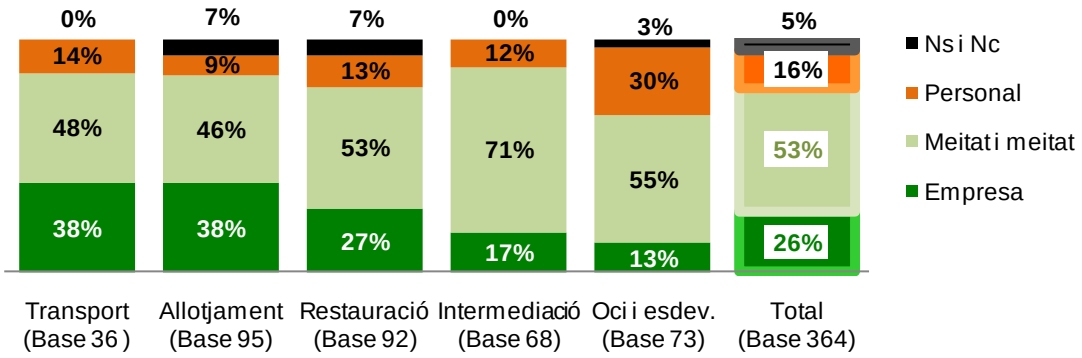
En opinió de la meitat dels responsables de formació i/o directors d'empreses turístiques de dos o més treballadors/ores, la **responsabilitat de planificar la formació ha de ser compartida entre l'empresa i el personal**. No obstant això, hi ha diferències significatives entre les empreses per sector d'activitat.

Així, el 71% de les persones responsables de la formació entrevistades del sector de la **intermediació turística** comparteixen l'opinió que la planificació de la formació ha de ser **compartida** entre l'empresa i el personal.

En canvi, és rellevant que el 30% de les persones entrevistades del sector de l'**oci i l'organització d'esdeveniments** opinin que la responsabilitat ha de ser **del personal**. La temporalitat més gran de la plantilla de les empreses d'aquest sector podria explicar que, per a les empreses d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments, la planificació de la formació per part de l'empresa presenti més dificultats.

D'altra banda, el 38% de les persones entrevistades del sector del **transport**, i de l'**allotjament** opinen que la responsabilitat ha de ser de **l'empresa**.

GRÀFIC-5. Responsabilitat de planificar la formació a l'empresa, per sectors d'activitat



Unitats: percentatges.
Nota: empreses amb treballadors/ores. Les persones autoocupades (66) no estan incloses en aquesta anàlisi.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Empreses que han fet formació en els darrers cinc anys (2007-2011)[87]

Només la meitat (el 50%) **de les empreses han fet alguna acció formativa en els darrers cinc anys.**

[86] Empreses amb treballadors/ores (Base 364).
[87] Persones autoocupades i empreses de 2 i més treballadors/ores (Base 430).

Les empreses que han fet més formació en els darrers anys són les que **tenen 10 o més treballadors/ores**, concretament, la totalitat de les empreses **mitjanes i grans** (el 96%), amb plantilles de 50 o més persones assalariades, i quatre de cada cinc (el 84%) empreses **petites** d'entre 10 i 49 treballadors/ores.

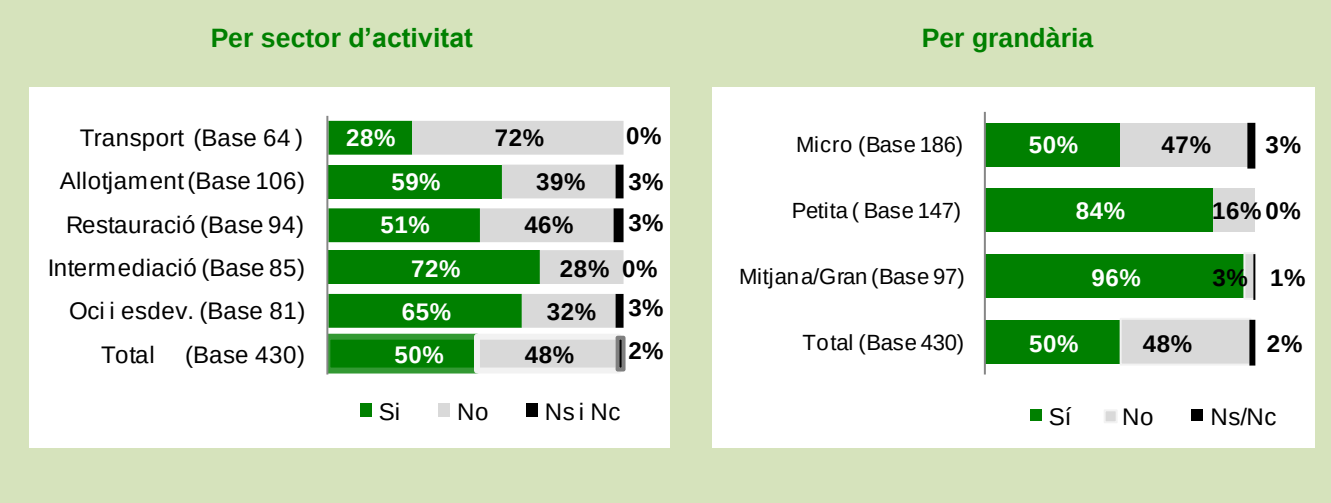
Les diferències respecte de la microempresa són significatives, atès que la **meitat (el 47%)** de les **microempreses no ha fet formació**, sobretot entre les persones autoocupades (el 69%).

S'observa que les persones **autoocupades** que han fet **formació**, el 29%, tenen més presència en el sector de la **intermediació turística** i de l'**allotjament**. Així, entre les empreses d'**intermediació turística** s'observa el **percentatge més gran i significatiu d'empreses que han fet formació**, el 72%, seguit de les empreses d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments, el 65%.

Una possible explicació d'aquesta aposta per la formació en el sector de la intermediació i de l'oci i organització d'esdeveniments és que aquestes empreses tenen el potencial de creixement més alt i necessiten cobrir llocs de treball i perfils professionals nous, així com una formació més flexible.

En canvi, en el sector del **transport turístic** s'observa el **percentatge més baix significatiu d'empreses que han fet formació**, el 28%.

GRÀFIC-6. Empreses que han fet formació (2007-2011), per sectors d'activitat i grandària



Unitats: percentatges.
Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Empreses que preveuen fer formació en els propers dos anys (2012-2013)[88]

Tal com es constata al gràfic següent, hi ha poca predisposició de les empreses turístiques per invertir en **formació**, atès que **només el 41% de les empreses preveuen fer-ne.**

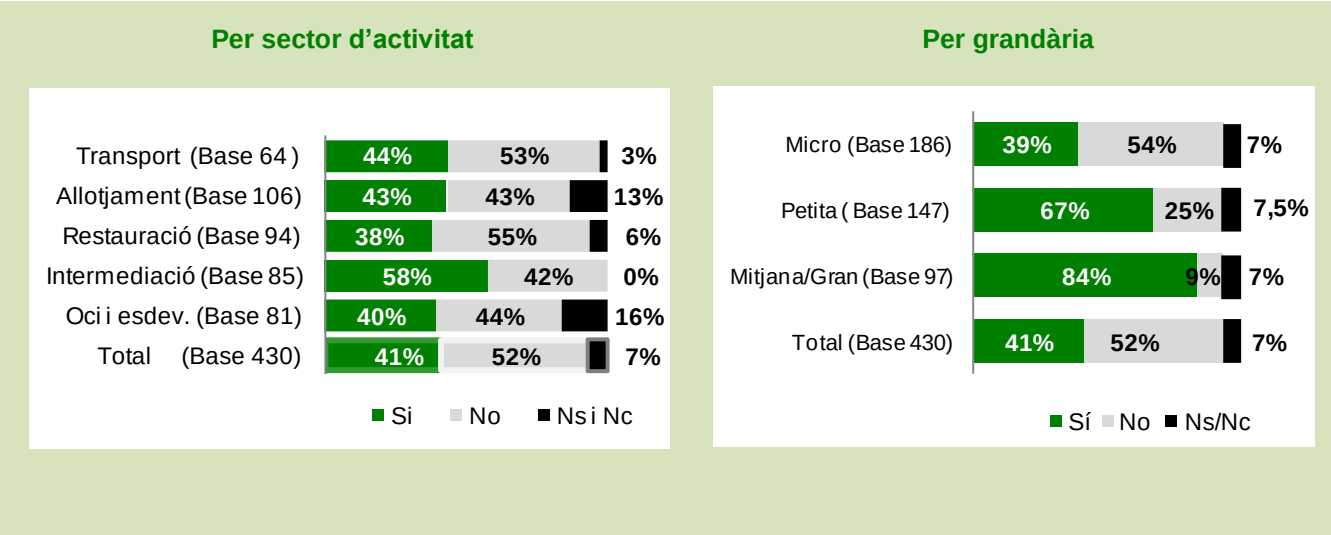
En general, el tipus d'empresa que preveu fer formació està **orientada a la innovació de productes i serveis** i **factura més de 100.000 euros l'any.** Les empreses que no preveuen fer formació són empreses amb una orientació de negoci de consolidació de la posició actual i que facturen en el tram més baix, de menys de 100.000 euros.

De fet, si es comparen els diversos sectors turístics, s'evidencia que el percentatge d'empreses d'**intermediació turística** que **preveu fer formació** (el 58%) és **significatiu** i contrasta amb el

[88] Persones autoocupades i empreses de 2 i més treballadors/ores (Base 430).

percentatge d'empreses d'**activitats d'oci i organització d'esdeveniments** que **no sap si en farà** els propers dos anys (el 16%).

GRÀFIC-7. Empreses que preveuen fer formació (2012-2013), per sector d'activitat i grandària



Unitats: percentatges.
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Quant a la previsió de la formació, també s'observa una diferència significativa entre, d'una banda, les petites i les mitjanes/grans empreses i, de l'altra, les microempreses.

Són també les empreses **mitjanes i grans,** de 50 i més treballadors/ores, les que **preveuen fer alguna acció formativa** els propers dos anys (el 96%), seguides de les empreses petites d'entre 10 i 49 persones ocupades (el 84%). La previsió que les **persones autoocupades** facin formació en el futur (2012-2013) és només d'una de cada tres (**el 31%**).

El fet que només dues de cada cinc empreses prevegin fer formació a curt termini pot dificultar la planificació de la formació de les escoles de turisme i els centres de formació del sector.

Aquesta manca de previsió es pot explicar per diverses variables, com ara l'elevat nombre de persones autoocupades i d'empreses que han de consolidar la posició actual en el mercat o l'elevada rotació de personal en alguns dels sectors, com ara el de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments i el de l'allotjament, que desincentiva les empreses a invertir en formació.

Més d'una de cada tres empreses (el 36%) no ha fet ni preveu fer formació. Aquest percentatge és significativament més alt entre les empreses del **transport turístic (el 48%)** i de la **restauració (el 39%)** i entre les **microempreses (el 37%)**.

TAULA-27. Empreses i formació, per sectors

	Transports	Allotjament	Restauració	Intermediació	Oci i esdev.	GENERAL
Han fet formació i preveuen fer-ne	22%	30%	33%	**48%**	29%	**31%**
Han fet formació i no preveuen fer-ne	5%	20%	13%	24%	**28%**	**14%**
Han fet formació i ns/nc si en faran	0%	8%	6%	0%	9%	**5%**
No han fet formació i preveuen fer-ne	**22%**	13%	6%	9%	11%	**10%**
No han fet formació i no preveuen fer-ne	**48%**	24%	**39%**	19%	16%	**36%**
No han fet formació i ns/nc si en faran	3%	3%	0%	0%	5%	1%
No saben i no contesten	0%	3%	3%	0%	2%	2%

Unitats: percentatge d'empreses sobre el total del sector i del conjunt.
Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

TAULA-28. Empreses i formació, per grandària i zona turística

	Per grandària			Per zona turística			GENERAL
	Micro	Petita	Mitjana i Gran	BCN	Interior	Litoral	
Han fet formació i preveuen fer-ne	30%	**63%**	**83%**	23%	**36%**	27%	**31%**
Han fet formació i no preveuen fer-ne	15%	16%	6%	17%	11%	18%	**14%**
Han fet formació i ns/nc si en faran	5%	5%	7%	5%	**7%**	2%	**5%**
No han fet formació i preveuen fer-ne	**9%**	4%	1%	**20%**	5%	**14%**	**10%**
No han fet formació i no preveuen fer-ne	**37%**	10%	2%	31%	38%	35%	**36%**
No han fet formació i ns/nc si en faran	1%	2%	0%	2%	0%	**3%**	**1%**
No saben i no contesten	**3%**	0%	1%	2%	4%	1%	**2%**

Unitats: percentatge d'empreses sobre el total del sector i del conjunt.
Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Menys d'una de cada tres empreses (el 31%) ha fet formació i preveu fer-ne. Tal com es constata a la taula anterior el percentatge d'empreses de la **intermediació turística (el 48%)** sobresurt de manera significativa, així com els percentatges de **mitjanes i grans** empreses **(el 83%)**, **petites** empreses **(el 63%)** i empreses de l'**interior rural (el 36%)**.

D'altra banda, algunes empreses que han participat en accions formatives en el passat semblen desvincular-se de la formació del personal en el futur, atès que el percentatge d'empreses que **han fet formació en els darrers cinc anys i no preveuen fer-ne en els propers dos anys** és el 14%, i significativament més alt entre les empreses d'activitats d'**oci i organització d'esdeveniments (el 28%)**.

El sector del **transport turístic** es diferencia de la resta perquè els percentatges d'empreses que **no ha fet formació, però sí preveu fer-ne** és més alt i significatiu (el 22%) que el del conjunt (10%).

Organització de la formació[89]

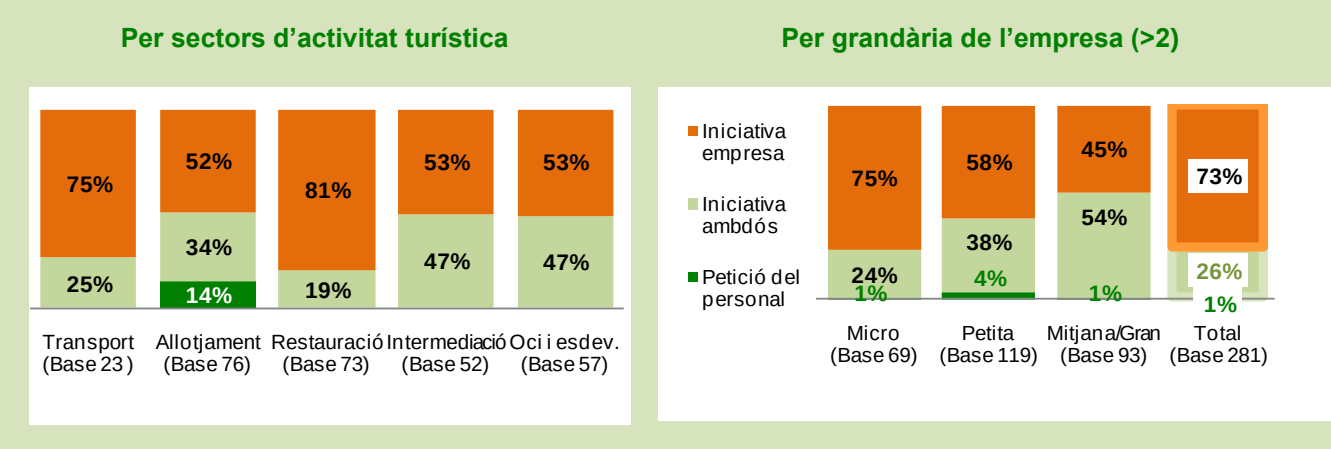
En aquest subapartat s'analitza com han organitzat la formació les empreses que han fet alguna acció formativa durant el període 2007-2011, el 77% de les empreses amb treballadors/ores.

Així, **la majoria de les accions formatives fetes per les empreses en els darrers cinc anys (2007-2011) han estat organitzades per iniciativa exclusiva de l'empresa (el 73%)**, si bé, en general, més de la meitat (el 53%) de les persones entrevistades opina que la responsabilitat de planificar la formació hauria de ser compartida entre l'empresa i el personal.

Aquest percentatge és significativament més gran en el cas de les **microempreses** (el 75%) i les empreses de **restauració** (el 81%) i contrasta amb el fet que només el 26% de les microempreses i el 27% del sector de la restauració considera que la responsabilitat hauria de ser de l'empresa.

També hi ha diferències significatives entre el sector de la restauració i el de l'**allotjament**, ja que a l'allotjament el 14% de les empreses afirmen que la formació feta a l'empresa s'ha organitzat en resposta a peticions o **demandes dels treballadors/ores**, mentre que només el 9% de les persones entrevistades opinen que la responsabilitat ha de ser del personal.

GRÀFIC-8. Organització de la formació a les empreses del sector turístic, per sectors i grandària



Unitats: percentatges.
Nota: empreses amb treballadors/ores que han fet formació. Les persones autoocupades que han fet formació (28) no estan incloses en aquesta anàlisi.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

En aquest sentit, també s'observen diferències significatives en el cas de la **mitjana i gran empresa** de 50 treballadors/ores i més respecte de la microempresa, atès que més de la meitat de les mitjanes i grans empreses (el 54%) han organitzat la formació per **iniciativa d'ambdues parts**.

Temes d'interès per a les empreses que preveuen fer formació[90]

Quan a les empreses se'ls ha preguntat sobre quins temes preveien fer la formació, els àmbits més freqüents han estat, per ordre, els següents: idiomes; cuina i relacionats; informàtica i noves tecnologies; turisme (viatges, cultura, museus ...); vendes, gestió comercial i màrqueting; restauració i hoteleria; prevenció de riscos laborals i seguretat, i atenció al client.

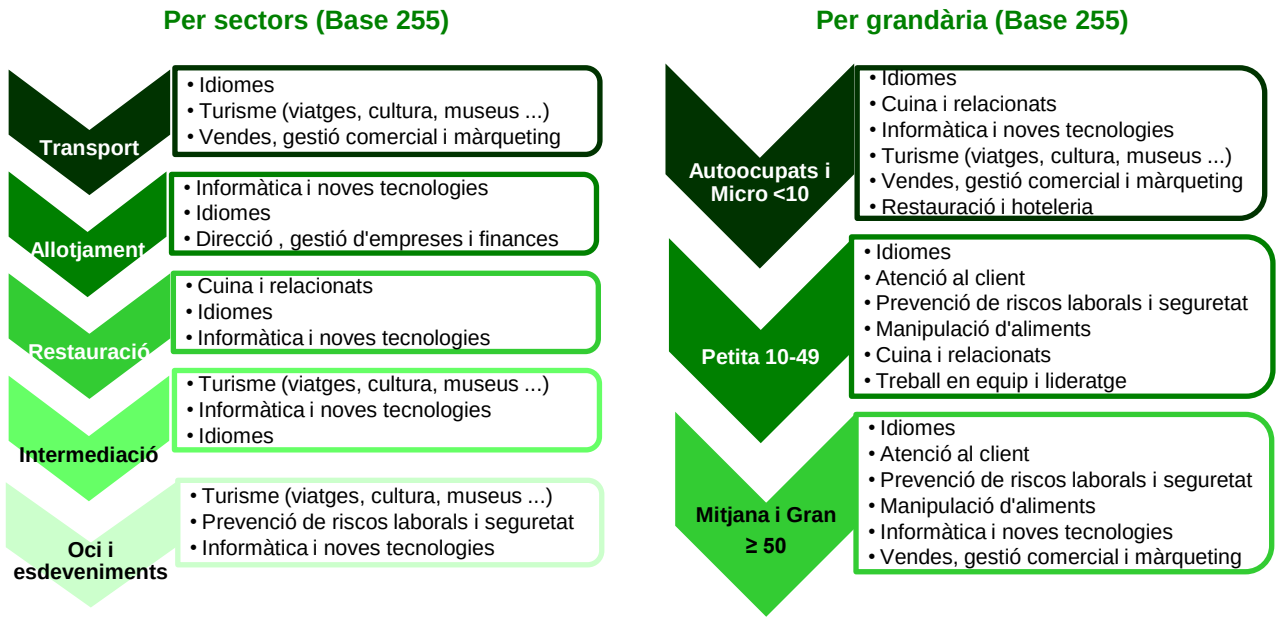
La formació en idiomes és prioritària. No obstant això, s'observen **diferències entre les empreses segons la grandària o el sector en què desenvolupen l'activitat turística.**

[89] Empreses amb treballadors/ores que han fet formació (Base 281). Les persones autoocupades i les empreses que no han fet accions formatives s'han exclòs de l'anàlisi.
[90] Empreses que preveuen fer formació els propers dos anys (Base 255).

Així, la formació en idiomes que, en general, forma part de les previsions de les empreses pel que fa als temes de formació, passa a segon o tercer lloc o, fins i tot, desapareix com a prioritat en els sectors de l'allotjament, la restauració, la intermediació turística o les activitats d'oci i organització d'esdeveniments respectivament; i en canvi, la informàtica i les noves tecnologies esdevenen importants en les microempreses i mitjanes/grans empreses d'aquests sectors.

És significatiu el nombre d'empreses del sector del **transport** que prioritza els **idiomes** (33%), així com el d'empreses de la **restauració** que demanen cursos relacionats amb la **cuina** (21%) o el d'empreses d'**intermediació turística** que demanen formació en l'àmbit del turisme, és a dir, **viatges, cultura, museus, entre altres** (el 22%), tal com s'observa a la figura següent.

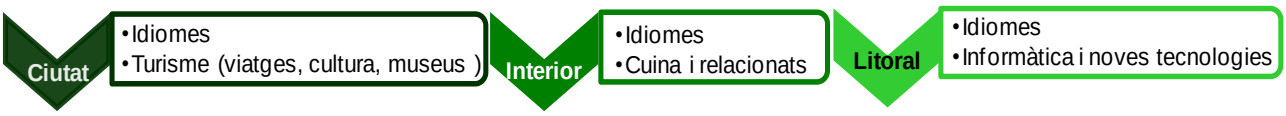
FIGURA-2. Àmbits prioritaris de formació, per sector d'activitat i grandària



Nota: empreses que preveuen fer formació en els propers dos anys (Base 255).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

També hi ha diferències entre les empreses del la ciutat de Barcelona, les de l'interior rural i les del litoral. Així, tot i que la preferència per la formació en idiomes se situa en primer lloc, la segona opció és diferent.

FIGURA-3. Àmbits prioritaris de formació per zona turística



Nota: empreses que preveuen fer formació en els propers dos anys (Base 255).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Per acabar, s'observen altres prioritats com ara: la cuina i relacionats en les microempreses i petites empreses de la restauració i l'interior rural; el turisme (viatges, cultura i museus...) en les microempreses de la intermediació turística i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments de Barcelona ciutat; la direcció i gestió d'empreses en les empreses d'allotjament; les vendes, gestió comercial i màrqueting en les microempreses i mitjanes/grans empreses del sector del transport; la prevenció de riscos i seguretat en les petites i mitjanes/grans empreses del sector de l'oci i l'organització d'esdeveniments; i la informàtica i noves tecnologies a les empreses del litoral.

4.3. Preferències de la formació[91]

1. Les empreses prefereixen fer la formació a la pròpia empresa, sobretot les del sector de la restauració. No obstant això, els allotjaments i, en menor grau, les empreses d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments prefereixen fer la formació en un centre extern.

2. La modalitat de formació preferida és la presencial, especialment en el transport turístic i l'allotjament i en les empreses situades a la zona litoral. Tot i que una modalitat mixta que combina la formació presencial i la formació a distància (en línia, des de casa) és preferida, majoritàriament, per la restauració i la intermediació turística i a la zona de l'interior rural.

3. El mes preferit d'inici de la formació és el gener, és a dir, la temporada d'hivern (gener, febrer i març), sobretot pels allotjaments i la restauració, i a la zona del litoral i de l'interior rural. El segon mes de preferència és el mes de novembre, és a dir, la tardor (octubre, novembre, desembre), sobretot per les empreses d'intermediació turística i de l'àrea de Barcelona.

4. Els obstacles principals per organitzar la formació són la manca de temps a la microempresa i la dificultat per compaginar horaris a la resta d'empreses. El poc interès del personal és important també als allotjaments i a les empreses mitjanes i grans, i el preu de la formació al transport turístic, a la intermediació i a les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, i a les mitjanes i grans empreses. Finalment, els desplaçaments són un obstacle important a la restauració, i a la microempresa i la petita empresa.

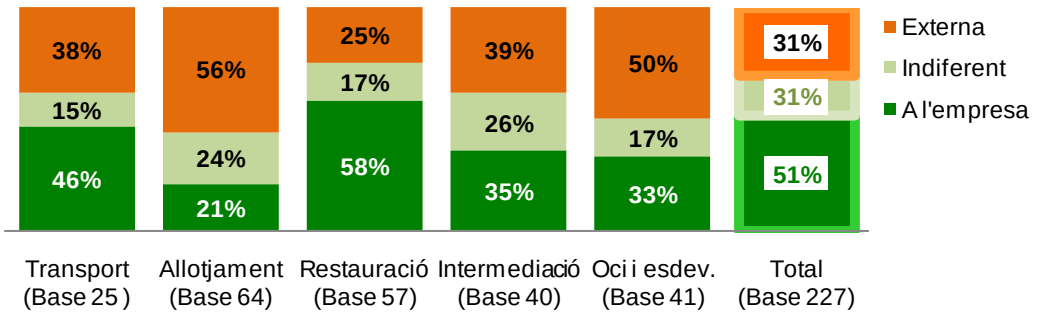
Tipus de formació (a l'empresa / externa)

Les preferències quant a la formació entre les empreses que tenen previst fer formació els propers dos anys (el 41%) depenen del sector d'activitat concret dins del turisme.

En aquest sentit, quan s'ha preguntat a les persones responsables de la formació per les opcions de formació de preferència: *in company* (realitzada a la pròpia empresa) o externa (realitzada en un centre de formació), **la resposta majoritària ha estat la formació a l'empresa**. No obstant això, en l'**allotjament** i la **restauració** s'han observat **diferències significatives**. Les diferències entre empreses per grandària no són significatives.

Al gràfic següent s'observa que gairebé tres de cada cinc empreses de la **restauració** (el 58%) prefereixen la formació **a l'empresa**.

GRÀFIC-9. Tipus de formació de preferència (*in company* / externa), per sector d'activitat



Unitats: percentatges.
Nota: empreses amb treballadors/ores que tenen previst fer formació. Les persones autoocupades que han fet formació (28) no estan incloses en aquesta anàlisi.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

[91] Els resultats en percentatges d'aquest apartat s'han ponderat per sector i grandària de l'empresa amb la finalitat de donar-los el pes real que els correspon. Les bases corresponen a la mostra real d'entrevistes realitzades sense ponderar.

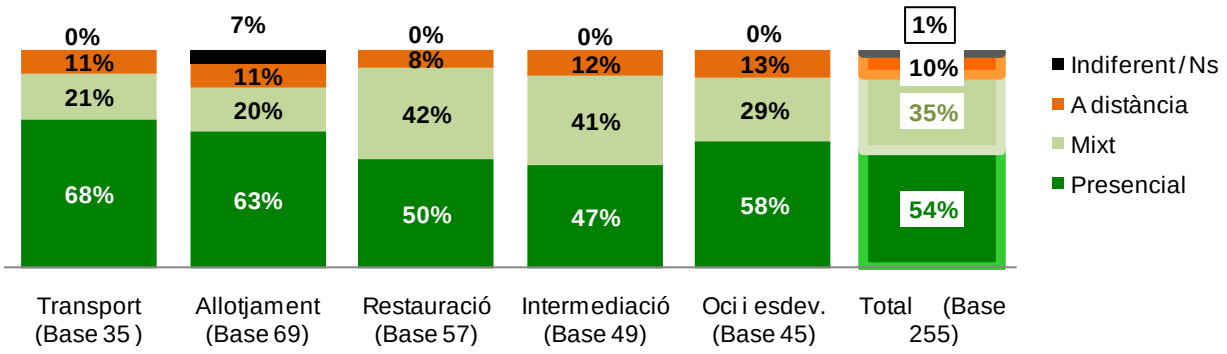
En canvi, passa tot el contrari al sector de l'**allotjament**, atès que tres de cada cinc allotjaments (el 56%) prefereixen la formació **externa,** en un centre de formació, per sobre de la mitjana de les dades globals.

Modalitat de formació (presencial / mixta / a distància)

La modalitat de formació preferida per **més de la meitat de les empreses, incloses les persones autoocupades (el 54%),** és la **formació presencial**, sobretot per les empreses del **transport turístic** i l'**allotjament**.

No obstant això, dues de cada cinc empreses de la **restauració** (el 42%) i la **intermediació turística** (el 41%) opten també per un model **mixt** entre la formació presencial i la formació a distància (en línia, des de casa), tal com s'observa al gràfic següent.

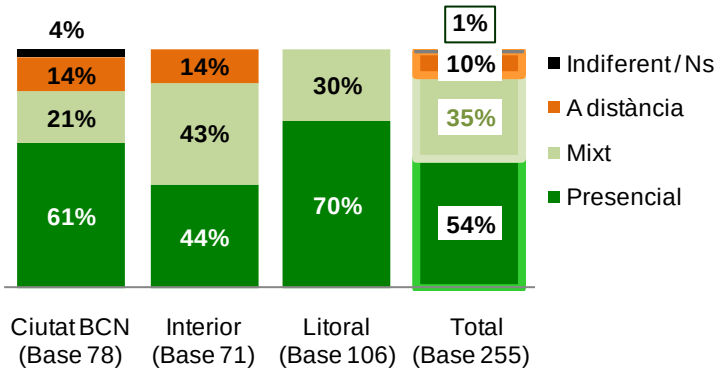
GRÀFIC-10. Modalitat de formació preferida (presencial / mixt / a distància), per sector d'activitat



Unitats: percentatges.
Nota: persones autoocupades i empreses amb treballadors/ores que tenen previst fer formació.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

D'altra banda, també s'observen diferències en funció de la **zona turística** on s'ubica l'empresa. Així, hi ha **diferències significatives** entre les empreses situades a la zona **litoral** i les de l'interior rural, atès que les primeres prefereixen la formació **presencial** (el 70%) i en les de l'**interior rural** un model **mixt** que combini la formació presencial i la formació a distància (en línia, des de casa) és àmpliament acceptat (el 43%), tal com s'observa al gràfic següent.

GRÀFIC-11. Modalitat de formació preferida (presencial / mixt / a distància), per zona turística



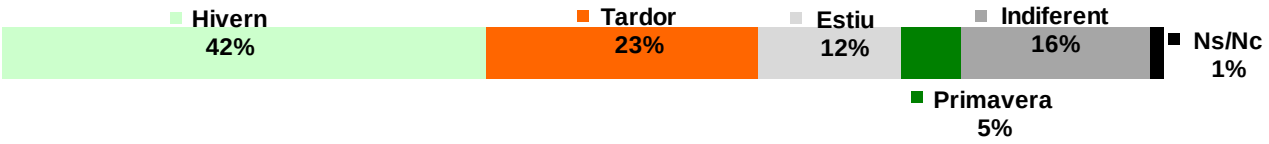
Unitats: percentatges.
Nota: persones autoocupades i empreses amb treballadors/ores que tenen previst fer formació.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Mes d'inici de la formació

D'altra banda, pel que fa al **mes de l'any preferit per iniciar la formació**, la resposta més freqüent ha estat el mes de **gener** (el 32%), seguit del mes de novembre (el 14%).

Dues de cada cinc empreses (el 42%), incloses les persones autoocupades, prefereixen els mesos d'**hivern** (gener, febrer i març), sobretot les empreses de **restauració** i **allotjament**, de l'**interior rural** o el **litoral** amb una estacionalitat més elevada, i una de cada cinc (el 23%) els mesos de **tardor** (octubre, novembre i desembre), especialment les d'**intermediació turística** i les de la l'àrea de **Barcelona**.

GRÀFIC-12. Estació de l'any preferida per iniciar la formació



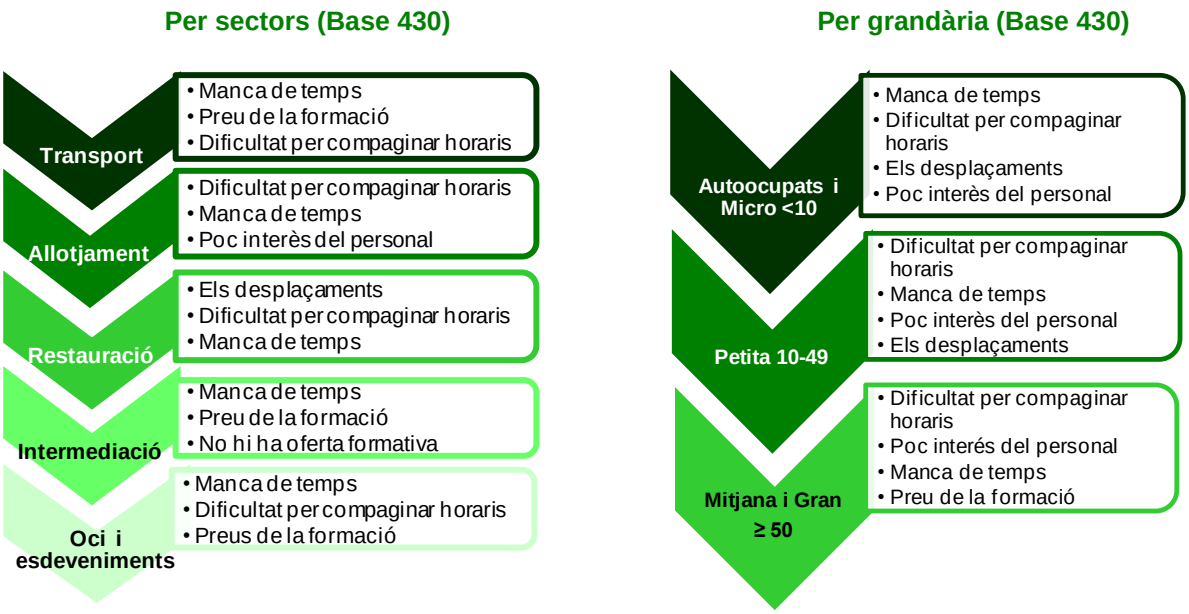
Unitats: percentatges (Base 255).
Nota: persones autoocupades i empreses amb treballadors/ores que tenen previst fer formació.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Obstacles a l'hora d'organitzar la formació

Quan a les empreses se'ls ha preguntat pels **obstacles a l'hora d'organitzar o incentivar la formació**, la majoria han respost destacant la **manca de temps** (el 23%), la **dificultat per compaginar horaris** (el 16%), els desplaçaments (el 13%) i la manca d'interès del personal (el 10%).

No obstant això, s'observen diferències en funció del sector d'activitat turística, la grandària de l'empresa i la zona turística on està situada l'empresa.

FIGURA-4. Obstacles a l'hora d'incentivar i organitzar la formació, per sector i grandària



Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Així, el primer obstacle a les **microempreses** és la **manca de temps**, i a la **resta d'empreses**, la **dificultat per compaginar horaris**. A mesura que augmenta la grandària de l'empresa, i sobretot a l'**allotjament** i al **litoral**, el **poc interès del personal** passa a ser l'obstacle més important.

Els **desplaçaments** són el primer obstacle per a la **restauració** i la **zona interior rural**, i el tercer o quart per a la **microempresa** i la **petita empresa**, respectivament.

El **preu de la formació** es considera el segon o tercer obstacle per a les empreses de **transport turístic**, **intermediació turística**, i **activitats d'oci i organització d'esdeveniments**, i el quart per a les empreses **mitjanes i grans.**

Per acabar, la **manca d'oferta formativa** és el tercer obstacle per a la **intermediació turística**, i el fet que el **personal no domini la llengua catalana o castellana** és el tercer obstacle per a les empreses de l'àrea de **Barcelona**.

4.4. Valoració de la formació[92]

1. La importància que la formació té per a la competitivitat de les empreses és de 8,2 de mitjana en una escala de 0 a 10. Les puntuacions més altes les atorguen les empreses mitjanes i grans (8,9), les de la intermediació turística (8,8), i les situades a la ciutat de Barcelona (8,7).

2. Entre els motius que fonamenten una puntuació entre el 6 i el 10 hi ha, per ordre de freqüència, els següents: és la base (transport, allotjament, oci i esdeveniments), s'ha d'estar al dia (restauració i intermediació), donar una millor qualitat i servei (transport turístic i allotjament), professionalitat i qualificació del personal (microempreses, restauració, intermediació i oci i esdeveniments), i millor posicionament competitiu de l'empresa (empreses petites, mitjanes i grans, i de Barcelona).

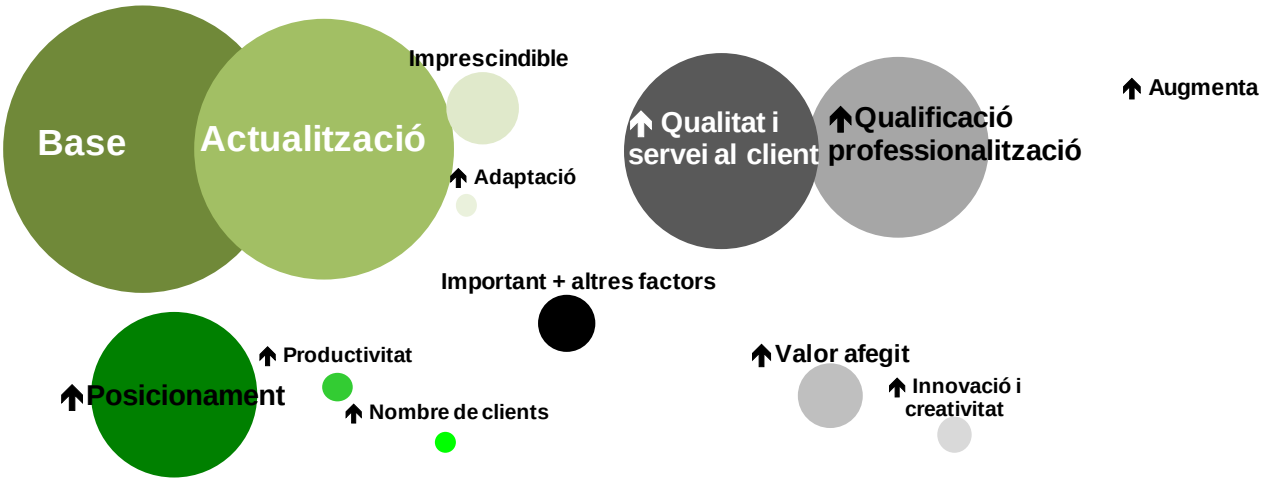
[92] Els resultats en percentatges d'aquest apartat s'han ponderat per sector i grandària de l'empresa amb la finalitat de donar-los el pes real que els correspon. Les bases corresponen a la mostra real d'entrevistes realitzades sense ponderar.

Importància de la formació per a la competitivitat de les empreses

En primer lloc, la majoria de les persones entrevistades han considerat que la **formació** és un **factor important per a la competitivitat de les empreses turístiques** amb una puntuació de **8,2** de mitjana.[93]

Les raons que han motivat aquesta valoració són diverses, tal com s'observa a la figura següent.

FIGURA-5. Formació i competitivitat. Motius de la importància en el sector turístic



Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades que han atorgat importància a la formació entre 6 i 10 (Base 398).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

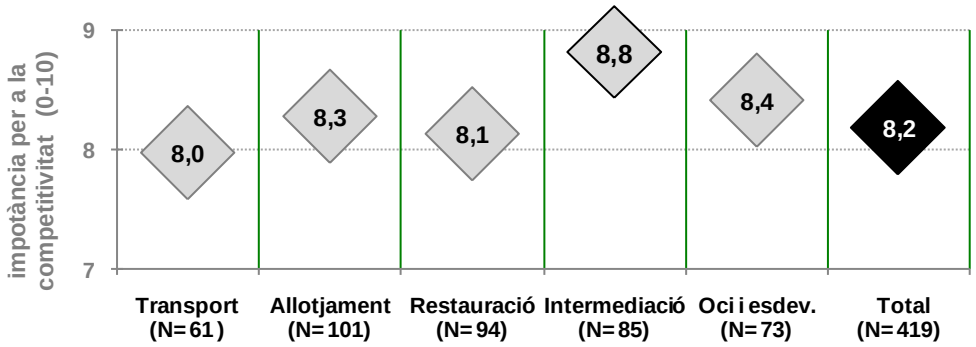
En aquest sentit, els motius expressats per les persones entrevistades i que han condicionat la puntuació són que **la formació és la base necessària (20%), s'ha d'estar al dia i no estancar-se (18%)**, procura una millor qualitat i servei al client (13%), les persones que treballen estan més qualificades i són més professionals (12%), millora la posició de l'empresa en un entorn competitiu (11%), és imprescindible, aporta valor afegit, és important conjuntament amb altres factors, possibilita la innovació i la creativitat, augmenta la productivitat, possibilita la captació de més clients i facilita l'adaptació a necessitats noves.

D'altra banda, la importància que li atorguen a la formació com a factor de competitivitat del negoci varia en funció del sector i la dimensió de l'empresa.

Tal com s'observa al gràfic següent, **el sector que més valora la formació per a la competitivitat** de l'empresa és el de la **intermediació turística,** seguit del de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

[93] En una escala de 0 (gens important) a 10 (totalment important).

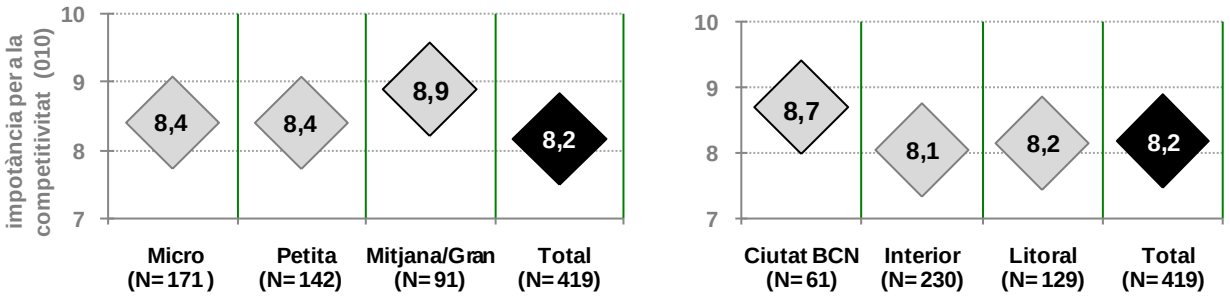
GRÀFIC-13. Valoració de la importància de la formació per a la competitivitat, per sectors turístics



Unitats: puntuació mitjana en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important).
Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

La dimensió de l'empresa i la zona turística on s'ubica són dues variables que també incideixen en la valoració que el sector turístic fa de la formació com a factor de competitivitat empresarial. Es poden observar algunes diferències a continuació.

GRÀFIC-14. Valoració de la importància de la formació per a la competitivitat, per grandària i zona

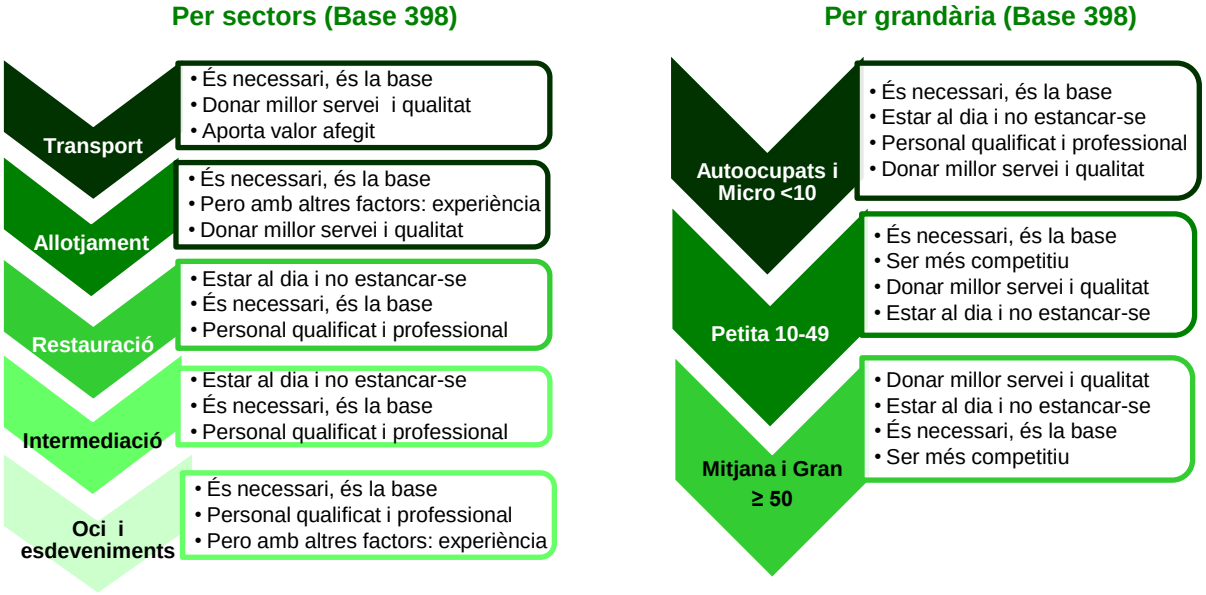


Unitats: puntuació mitjana en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important).
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

En aquest sentit, les **empreses mitjanes i grans de la ciutat de Barcelona (Barcelonès)** són les que en fan una **valoració més alta**. Els motius que hi ha al darrere d'aquesta valoració també canvien d'ordre en funció del sector d'activitat econòmica i de la grandària de l'empresa.

Com s'observa a la figura següent, la importància de la **formació com a factor de qualitat i millora del servei als clients** és un dels motius de competitivitat per a les **mitjanes i grans empreses**, i per als sectors del **transport** i l'**allotjament**. En el sector del transport turístic també es considera que la formació aporta valor afegit. En les activitats d'**oci i organització d'esdeveniments**, la **intermediació**, la **restauració**, les **microempreses**, i al **litoral**, es valora **l'aportació que la formació fa a la qualificació i professionalització del personal**.

FIGURA-6. Formació i competitivitat. Motius de la importància, per sector i grandària



Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades que han atorgat importància a la formació entre 6 i 10 (Base 398).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Els motius principals de valoració de les microempreses coincideixen amb els que expressen les persones entrevistades de la zona interior rural, i els de les petites empreses amb els expressats per les persones entrevistades de la zona ciutat de Barcelona. Per acabar, **la incidència de la formació en el posicionament de l'empresa en un entorn competitiu** és important, sobretot, per a les **petites empreses de Barcelona** però també per a les mitjanes i grans.

4.5. Valoració de l'oferta formativa[94]

1. El grau de satisfacció amb l'oferta formativa del sector turístic és de 6,5 de mitjana, gairebé dos punts inferior a la importància que s'atorga a la formació com a factor de competitivitat per a les empreses. Les empreses més satisfetes amb l'oferta formativa són les empreses mitjanes i grans i les d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

2. L'oferta formativa més ben valorada és la universitària i la formació professional, que és la més coneguda, i la pitjor valorada és la formació per a l'ocupació destinada a persones en situació d'atur, que és la menys coneguda.

3. L'oferta formativa s'adequa a les necessitats de la meitat de les empreses del sector turístic, però un percentatge alt d'empreses considera que l'oferta és escassa, sobretot l'oferta específica per cobrir les necessitats pròpies (intermediació turística, transport turístic, mitjanes i grans empreses, empreses de Barcelona). També hi ha un percentatge alt d'empreses que considera que és massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica (intermediació turística, oci i esdeveniments, i petita i mitjana / gran empresa).

4. En general, es troba a faltar oferta formativa en llengües estrangeres, sobre destinacions i relacionats, i en atenció al client.

5. Quant als centres de formació de referència en l'àmbit del turisme, només el 26% de les persones entrevistades n'han citat algun. Entre els centres citats hi ha representació de tots els àmbits territorials (Barcelona, Baix Camp, Girona, Bages, Osona, Baix Ebre, Vallès), i sobretot, de la formació universitària, formació professional, i en menor grau, de la formació per a l'ocupació destinada a ocupats/des.

[94] Els resultats en percentatges d'aquest apartat s'han ponderat per sector i grandària de l'empresa amb la finalitat de donar-los el pes real que els correspon. Les bases corresponen a la mostra real d'entrevistes realitzades sense ponderar.

Grau de coneixement de l'oferta formativa[95]

En general, el coneixement que les persones entrevistades tenen de l'oferta formativa varia per sector d'activitat econòmica i grandària.

TAULA-29. Grau de coneixement de l'oferta formativa, per tipus i sector d'activitat

	Universitària	FP	FO Ocupats	FO Aturats	Reciclatge	GENERAL
Transports	51%	51%	42%	41%	37%	**75%**
Allotjament	62%	62%	70%	43%	55%	**74%**
Restauració	69%	75%	81%	65%	68%	**82%**
Intermediació	63%	65%	61%	36%	57%	**81%**
Oci i esdeveniments	55%	42%	37%	39%	32%	**72%**
TOTAL	**63%**	**65%**	**66%**	**55%**	**57%**	**73%**

Unitats: percentatge de resposta sobre el total del sector.
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades que han valorat els diversos tipus d'oferta formativa (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

L'oferta formativa menys coneguda és la formació per a l'ocupació destinada a persones en situació d'atur, excepte en el sector del transport turístic i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments que és l'oferta formativa de reciclatge.

Grau de satisfacció amb l'oferta formativa

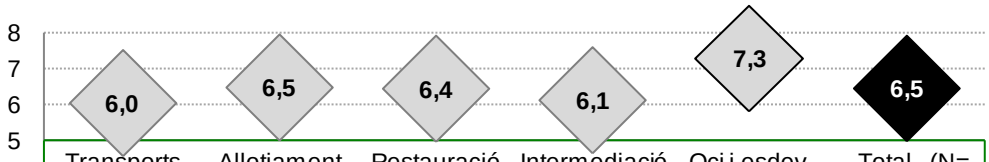
El **grau de satisfacció amb l'oferta formativa del sector turístic** és més baix que la importància que atorguen els responsables de les empreses a la formació com a factor de competitivitat, concretament, **6,5** de mitjana,[96] gairebé dos punts per sota.

L'oferta formativa millor valorada és la universitària (7) i la formació professional (7), sobretot a les empreses mitjanes i grans i a l'interior rural, i **la pitjor valorada**, **l'ocupacional per a persones aturades (5,8)**, sobretot al litoral.[97] No obstant això, hi ha diferències per sectors.

En general, tal com s'observa al gràfic següent, les persones **més satisfetes amb l'oferta formativa** són les del sector d'activitats d'**oci i organització d'esdeveniments (7,3),** d'empreses **mitjanes i grans (7),** i de la zona **interior rural (6,7)**, sobretot amb la formació universitària (7,1, 7,4 i 7,2 respectivament).

[95] El grau de coneixement s'ha inferit mitjançant la relació entre el nombre de persones que han respost a la pregunta sobre el grau de satisfacció amb l'oferta formativa per tipus de formació (universitària, formació professional, formació per a l'ocupació destinada a persones ocupades, formació per a l'ocupació destinada a persones aturades, formació de reciclatge) i la mostra ponderada per sectors i grandària de l'empresa.
[96] En una escala de 0 (gens satisfet) a 10 (totalment satisfet).
[97] La formació per a l'ocupació destinada a persones aturades és la que té una resposta més baixa (N=235), seguida d'altres tipus de formació de reciclatge no subvencionades (N=243).

GRÀFIC-15. Grau de satisfacció amb l'oferta formativa, per sector i tipus de formació



	Transports (N=48)	Allotjament (N=78)	Restauració (N=77)	Intermediació (N=68)	Oci i esdev. (N=58)	Total (N=313)
Satisfacció (N=313)	6,0	6,5	6,4	6,1	7,3	6,5
Universitaria (N=271)	6,6	7,0	7,1	6,8	7,1	7,0
FP (N=279)	6,5	6,8	7,1	6,7	7,0	7,0
FO ocupats (N=285)	6,3	5,9	6,1	5,7	6,6	6,1
FO aturats (N=235)	5,4	5,7	5,7	5,9	6,5	5,8
Reciclatge (N=243)	6,3	6,0	5,9	6,3	6,4	6,0

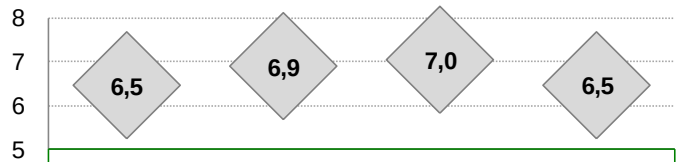
Unitat: puntuació mitjana en una escala de 0 (gens satisfet) a 10 (totalment satisfet).
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Les empreses **menys satisfetes** són les del sector del **transport turístic (6)** i del **litoral (6)**, sobretot amb la formació per a l'ocupació destinada a les persones en situació d'atur (5,4).

Destaca la satisfacció del sector de la restauració amb l'oferta formativa universitària (7,1) i la formació professional (7,1).

En aquesta línia, s'observen també diferències en funció de la dimensió de l'empresa. Així, les persones entrevistades de les **empreses turístiques mitjanes i grans estan més satisfetes (7)** que les de les microempreses (6,5), sobretot pel que fa a la formació per a l'ocupació destinada a les persones en situació d'atur (5,8).

GRÀFIC-16. Grau de satisfacció amb l'oferta formativa, per grandària i tipus de formació



	Micro (N=135)	Petita (N=127)	Mitjana/Gran (N=74)	Total (N=313)
Satisfacció (N=313)	6,5	6,9	7,0	6,5
Universitària (N=271)	7,1	7,1	7,4	7,0
FP (N=279)	7,1	7,2	7,1	7,0
FO ocupats (N=285)	6,0	6,6	6,7	6,1
FO aturats (N=235)	5,8	6,0	6,1	5,8
Reciclatge (N=243)	5,9	6,7	6,8	6,0

Unitat: puntuació mitjana en una escala de 0 (gens satisfet) a 10 (totalment satisfet).
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

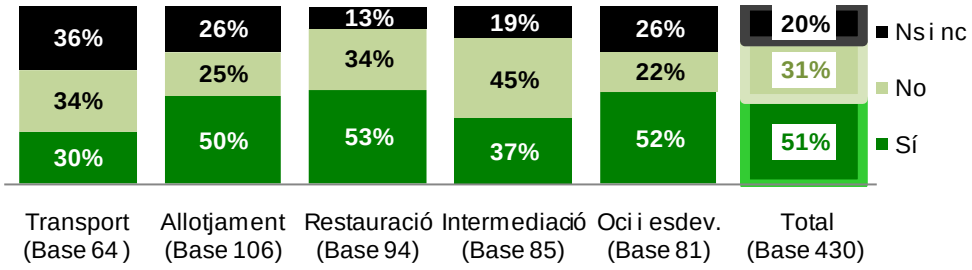
Quant a la zona turística on s'ubica l'empresa, s'observa que les persones entrevistades d'empreses del **litoral** són les que **valoren pitjor** l'oferta formativa vinculada a la **formació per a l'ocupació subvencionada de persones en situació d'atur (5,5)**. En canvi, les empreses situades a l'**interior rural valoren pitjor la formació per a l'ocupació subvencionada de persones ocupades (5,8)** i les accions formatives no subvencionades de reciclatge professional (6).

Adequació de l'oferta formativa a les necessitats de l'empresa

Quant a **l'adequació de l'oferta formativa a les necessitats de les empreses en general**, gairebé la meitat (el 48%) de les persones entrevistades respon que l'oferta formativa s'adequa a les necessitats de l'empresa, però una de cada tres (el 33%) considera que no s'adequa, i gairebé una de cada cinc (el 19%) no ho sap.

S'observen diferències entre sectors d'activitat econòmica, dimensió i zona turística. Així, el percentatge d'empreses que considera que l'oferta formativa s'adequa a les necessitats del negoci se situa **per sobre de la mitjana general**, en el sector de la **restauració (el 53%)** i les **activitats d'oci i organització d'esdeveniments (52%)**, i **per sota**, en la **intermediació turística (el 37%)** i el **transport turístic (el 30%)**. En aquest sentit, és significatiu el nombre d'empreses turístiques del sector del transport turístic i de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments que no saben si l'oferta formativa s'adequa a les seves necessitats.

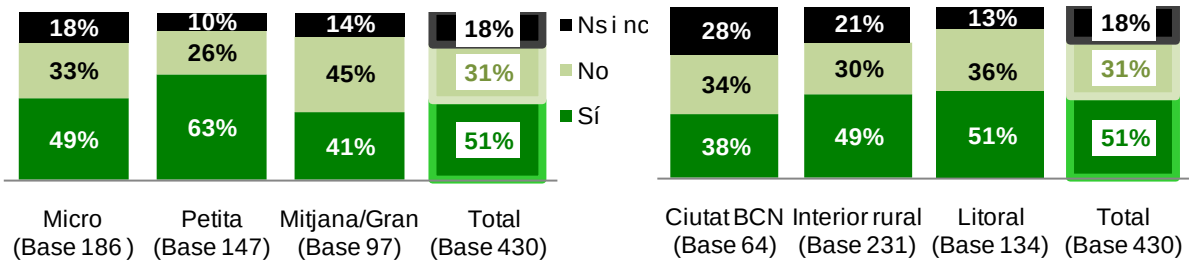
GRÀFIC-17. Adequació de l'oferta formativa a les necessitats de les empreses, per sectors



Unitats: percentatges.
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

També s'observa que **l'oferta formativa s'adequa més a la petita empresa d'entre 10 i 49 persones empleades (el 61%) que a la resta** i, en menor grau, a les empreses del litoral (51%).

GRÀFIC-18. Adequació de l'oferta formativa a les necessitats, per grandària i zona turística



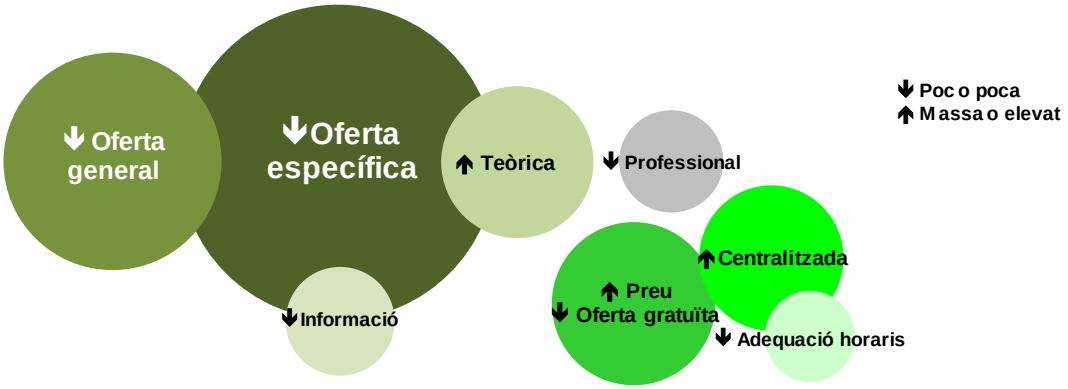
Unitats: percentatges.
Nota: totes les empreses incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

El percentatge de mitjanes i grans empreses que no troba una oferta formativa adequada és molt alt (el 45%) i també és molt alt el percentatge d'empreses de Barcelona, sobretot del sector del transport turístic i de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, que no saben si l'oferta formativa s'adequa a les seves necessitats.

Motius de la no adequació de l'oferta formativa a les necessitats de l'empresa

Els motius de la falta d'adequació de l'oferta formativa són diversos tal com s'observa a la figura següent.

FIGURA-7. Motius de la NO adequació de l'oferta formativa

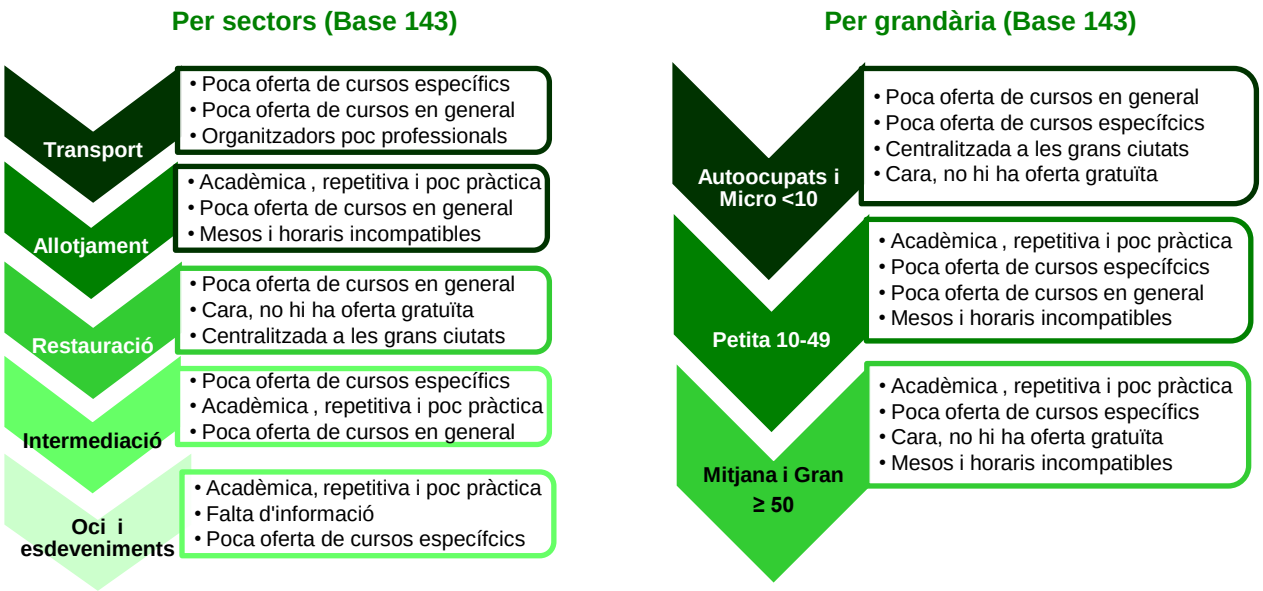


Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

En general, els motius expressats pels quals l'oferta formativa no s'adequa a les necessitats de l'empresa són, per ordre de freqüència, **la poca oferta específica i especialitzada (20%)**, **la poca oferta general (18%)**, el preu elevat i la manca d'oferta gratuïta (13%), l'oferta massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica (12%) i centralitzada a les grans ciutats (12%), la manca d'informació, la poca professionalitat, la incompatibilitat de mesos i horaris i el poc interès del personal, per aquest ordre.

Tal com s'observa a la figura següent, els motius de la manca d'adequació de l'oferta turística varien en funció del sector turístic i de la dimensió i zona turística de les empreses.

FIGURA-8. Motius de la no adequació de l'oferta formativa, per sector i grandària



Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades que troben que la formació no s'adequa (Base 143).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Així, les persones entrevistades d'empreses mitjanes i grans, i dels sectors del transport turístic i de la intermediació turística, consideren que hi ha **poca oferta de cursos específics** (el 41 i 32% respectivament). En canvi, les persones entrevistades d'empreses d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments i de l'allotjament consideren que **l'oferta és massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica** (el 32 i el 21% respectivament).

D'altra banda, les persones entrevistades de la zona interior rural, i també les de microempreses, són les que troben l'oferta formativa centralitzada a les grans ciutats i, conjuntament amb les empreses del litoral, el preu elevat de l'oferta formativa o la manca de formació gratuïta.

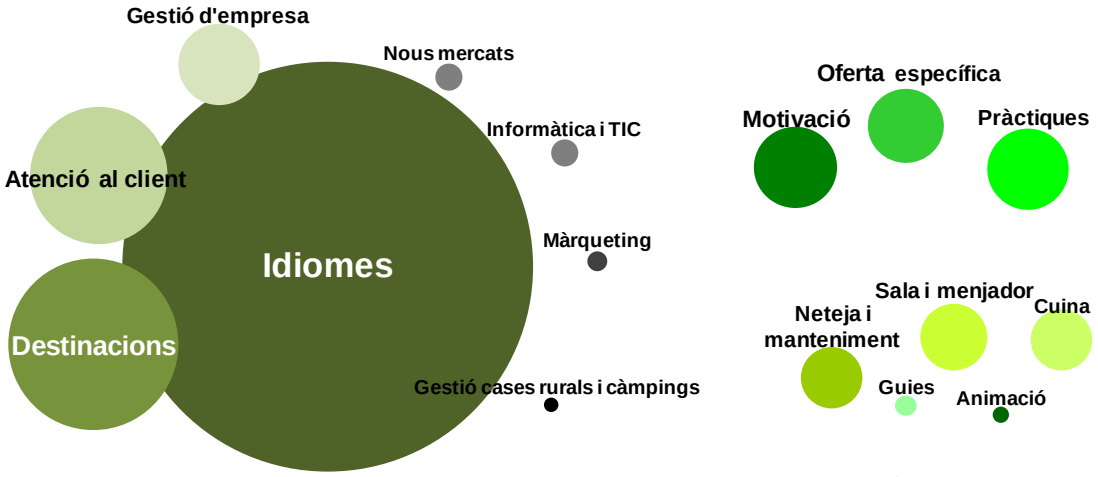
Les entrevistes també recullen l'opinió d'un percentatge considerable de persones d'empreses del **litoral** que manifesta que **els mesos i horaris de l'oferta formativa no s'adeqüen a les seves necessitats**.

Els **motius** de la no adequació a les **empreses petites** són diversos, hi ha una **gran dispersió**, però els més freqüents són l'oferta massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica i la manca d'especificitat.

Oferta formativa que es considera que manca

Quant al **tipus d'oferta formativa que es troba a faltar**, en general, la majoria de persones entrevistades opina que **falta oferta formativa d'idiomes (31%)**, **coneixement de les destinacions (12%) i atenció al client (10%)**, entre moltes altres temàtiques, tal com s'observa a la figura següent.

FIGURA-9. Mancança d'oferta formativa en el sector turístic

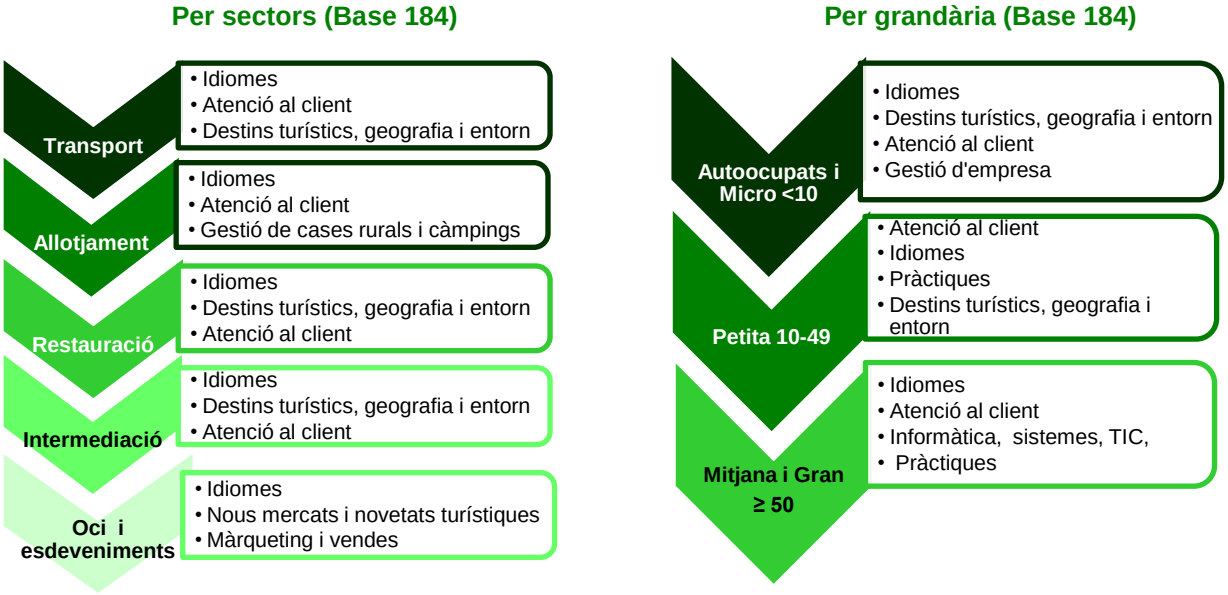


Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades que troben a faltar algun tipus de formació (Base 184).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Tot i que la **manca d'oferta formativa en idiomes és la opinió majoritària** de les persones entrevistades, hi ha diferències per grandària i zona turística. En aquest sentit, els idiomes no ocupen el primer lloc ni a la petita empresa, ni a la zona turística interior rural.

Així, tal com s'observa a la figura següent, la **petita empresa** troba a faltar oferta formativa en **atenció al client**, i les **empreses del litoral**, sobretot les **microempreses**, oferta formativa en **destinacions turístiques, geografia i entorn**.

FIGURA-10. Mancances d'oferta formativa. Per sectors turístics i grandària



Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades que troben a faltar algun tipus de formació (Base 184).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Les microempreses i les petites empreses del litoral també troben a faltar oferta formativa en **gestió empresarial.**

Quant als sectors, s'observa que la **dispersió en la resposta és molt alta en les activitats d'oci i organització d'esdeveniments**, tot i que **sobresurt la manca d'oferta formativa en nous mercats i novetats turístiques**.

A l'allotjament també s'observa una certa demanda específica en gestió de cases rurals i càmpings.

Centres de formació de referència en l'àmbit del turisme

Per acabar, **només una de cada quatre persones entrevistades (el 26%) ha citat algun centre de formació de referència**. La taula següent relaciona els centres citats amb més freqüència (5% o més).

TAULA-30. Llistat de centres de referència, per sector i grandària

	Centre	Sector	Grandària
1	**Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT - UB)**	Transport Allotjament Restauració Intermediació Oci i esdeveniments	Microempresa (<10) Petita (10-49) Mitjana i gran (≥50)
2	**Institut Escola d'Hoteleria i Turisme (Cambrils)**	Restauració	Microempresa (<10)
3	**IES Escola d'Hoteleria i Serveis Sant Narcís (Girona)**	Transport Restauració Intermediació Oci i esdeveniments	Microempresa (<10) Petita (10-49) Mitjana i gran (≥50)

	Centre	Sector	Grandària
4	**Escola Joviat (Bages)**	Transport Restauració	Microempresa (<10)
5	**Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Sant Pol de Mar (UdG)**	Restauració	Microempresa (<10) Petita (10-49) Mitjana i gran (≥50)
6	**Escola d'Hostaleria d'Osona**	Restauració	Microempresa (<10)
7	**Via Magna (*Internacional School of Hospitality and Tourism*) (Baix Ebre)**	Restauració	Microempresa (<10)
8	**Federació Espanyola d'Hostaleria (FEHR)**	Restauració	Microempresa (<10)
9	**Escola Universitària de Turisme i Direcció hotelera (UAB)**	Restauració	Microempresa (<10)

Nota: centres citats amb freqüència igual o superior al 5%. Sectors d'activitat econòmica i grandària de l'empresa on el centre s'ha citat amb més freqüència.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP

Altres centres citats amb percentatges inferiors al 5% han estat els següents: Barcelona Guide Bureau (BGB), Universitat de Girona (UdG), Universitat Pompeu Fabra (UPF), Patronat de Turisme Costa Brava (Girona), Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Escola d'hostaleria Alt Empordà, Escola d'hoteleria i turisme de Lleida, Sant Ignasi - Sarrià / Jesuïtes Sarrià Sant Ignasi, Escola universitària de turisme Euroaula (adscrita a la UdG), Turisme Sant Ignasi (ESADE i Companyia de Jesús), Universitat de Vic, Escola d'ostaleria Les - Val d'Aran, Escola superior d'hostaleria de Barcelona (ESHOB), Escola universitària del Maresme (adscrita a la UPF), Escola de capacitació nauticopesquera de Catalunya (l'Ametlla de Mar), Escola Universitària de Turisme Mediterrani (adscrita a la UdG), Federació d'hostaleria de Lleida, Escola de cuina Hoffman, Escola Universitària de Turisme Bettatur (adscrita a la URV), Escola Universitària de Turisme i Oci (URV), i altres fora de l'Estat espanyol.[98]

Tot i la dispersió en la resposta en funció del sector turístic i la dimensió de l'empresa, s'observen les següents pautes en la resposta. **L'Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme de Barcelona (CETT)** és el referent principal de tots els sectors turístics i de tot tipus d'empresa (micro, petita i mitjana i gran).

Tot i que només el 26% de les persones entrevistades té algun centre de formació de referència en l'àmbit del turisme, les empreses que tenen un coneixement per sobre de la mitjana són les del sector de la intermediació turística (42%), la restauració (29%) i les activitat d'oci i organització d'esdeveniments (28%) i, sobretot, les mitjanes i grans empreses de 50 treballadors/ores i més (41%) i les petites d'entre 10 i 49 persones ocupades (31%).

4.6. Propostes per millorar la formació en l'àmbit del turisme[99]

1. Pel que fa a les possibles millores en l'àmbit de la formació turística, el 30% de les persones entrevistades no tenen opinió, especialment les empreses del sector de l'allotjament. Les propostes de millora que han expressat el 70% de les persones entrevistades amb opinió tenen a veure amb l'increment de l'oferta formativa (transport, allotjament i oci i esdeveniments), de les pràctiques (restauració, intermediació turística i oci i esdeveniments), i de la qualitat i la professionalitat (microempreses, allotjament i restauració) entre d'altres.

[98] Altres centres de formació en l'àmbit del turisme citats amb percentatges molt baixos han estat: Educatur, IESE, Academia Adams, Associació d'hoteleria i turisme de Catalunya, Institut escola d'hoteleria i turisme de Barcelona (Barcelonès), Actibus (Centre de formació dels professionals del transport), Escola Pineda (Barcelonès), Patronat del comerç de Girona, Publimedia, altres d'Espanya i altres de fora d'Espanya.
[99] Els resultats en percentatges d'aquest apartat s'han ponderat per sector i grandària de l'empresa amb la finalitat de donar-los el pes real que els correspon. Les bases corresponen a la mostra real d'entrevistes realitzades sense ponderar.

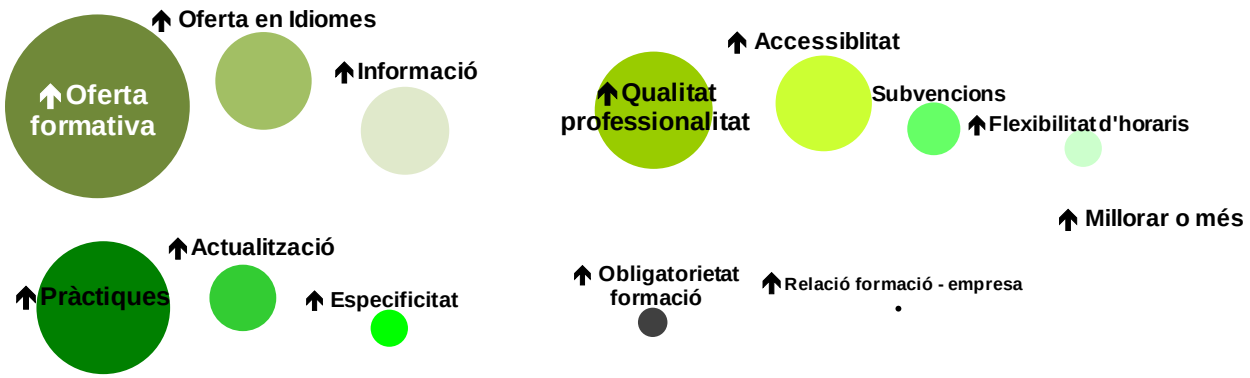
2. Pel que fa a les ocupacions amb més potencial de creixement, el 53% no té opinió, sobretot les microempreses i les empreses de transport turístic i restauració. Les persones entrevistades que tenen opinió, el 43%, han esmentat les següents ocupacions: cuina i relacionats (microempresa), turisme domèstic i local (restauració i microempreses), turisme rural i càmping (oci i esdeveniments i microempreses), turisme per Internet, en línia i noves tecnologies (intermediació turística, oci i esdeveniments, allotjament, empreses petites i mitjanes/grans) i assessor en viatges i activitats personalitzats (oci i esdeveniments).

Propostes per millorar la formació

En primer lloc, cal destacar que gairebé **una de cada tres persones entrevistades (el 30%)**[100] no té opinió. Entre la resta de persones que tenen opinió, el 70%, les propostes són diverses.

Les propostes de les persones entrevistades per millorar la formació en l'àmbit del turisme més freqüents són les que fan referència a **l'increment de l'oferta formativa**, **les pràctiques**, **la qualitat i la professionalitat de la formació**, l'accessibilitat de la formació, l'oferta de formació en idiomes, i la informació sobre aquesta formació, entre d'altres.

FIGURA-11. Propostes per millorar la formació en l'àmbit del turisme a Catalunya

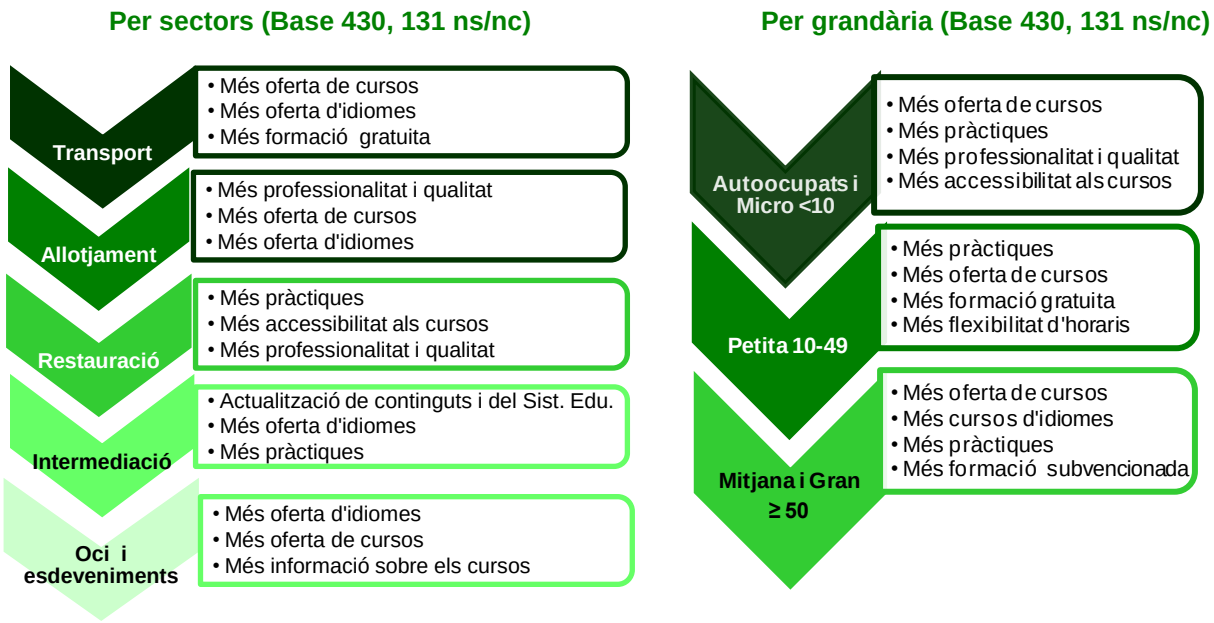


Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430 -131 ns/nc).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

L'augment de l'oferta de cursos és important en el sector del **transport** turístic, l'**allotjament** i les **activitats d'oci i organització d'esdeveniments**, tal com s'observa a la figura següent.

[100] 131 persones entrevistades no saben o no contesten.

FIGURA-12. Propostes de millora de la formació turística a Catalunya. Per sectors i grandària



Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430 -131 ns/nc).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

L'increment de les **pràctiques** és la proposta majoritària en el sector de la **restauració**, la **intermediació turística** i les **activitats d'oci i organització d'esdeveniments.**

L'augment de la **qualitat i la professionalitat** de la formació és proposat, sobretot, per les **microempreses de l'allotjament i la restauració**.

L'**accessibilitat** a la formació és important per les **microempreses** del sector de la **restauració,** mentre que l'augment de l'oferta formativa en **idiomes** ho és per a les **petites, mitjanes i grans empreses** dels sectors del transport turístic, l'allotjament, la intermediació turística i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

Per acabar, l'increment de la **informació sobre cursos** és la proposta de millora majoritària de les **microempreses** del sector de les activitats **d'oci i organització d'esdeveniments**, i **l'actualització** del sistema educatiu i la **millora dels continguts** que s'imparteixen ho és del sector de la **intermediació turística**.

Ocupacions amb més potencial de creixement

En segon lloc, cal destacar també que, quan a les persones responsables de formació, gerents o similars, se'ls ha preguntat per les **ocupacions amb potencial de creixement** i rellevants d'aquí a cinc o deu anys, només han respost el 43% de les persones entrevistades i les respostes han estat diverses.

TAULA-31. Ocupacions de futur en l'àmbit del turisme d'aquí a cinc o deu anys a Catalunya

Ocupacions de futur			
1	Cuina i relacionats	10	Ofertes d'oci i animació
2	Turisme domèstic i local	11	Organització d'esdeveniments
3	Turisme rural i de càmping	12	*Community managers* i experts en xarxes socials
4	Turisme per Internet, en línia i TIC	13	Turisme ecològic i natural
5	Guies turístics especialitzats	14	Màrqueting
6	Turisme d'esport	15	Turisme per empreses
7	Mercats nous: xinès i rus	16	Turisme tercera edat
8	Assessor de viatges i activitats personalitzat	17	Relacions publiques
9	Turisme termal i d'Spa	18	Altres

Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430 -245 ns/nc i 27 cal potenciar el que hi ha).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

En aquest sentit, les ocupacions **relacionades amb la cuina,** el **turisme domèstic i local,** el **turisme rural i de càmpings,** el **turisme per Internet i TIC** i els **guies turístics especialitzats** han estat les ocupacions de futur més esmentades. No obstant això, hi ha diferències en funció del sector.

Així, les ocupacions relacionades amb la **cuina** i amb el **turisme domèstic i local** són les ocupacions de futur en el sector de la **restauració**, sobretot de les **microempreses**, tot i que la **cuina** també ho és a la **resta d'empreses**.

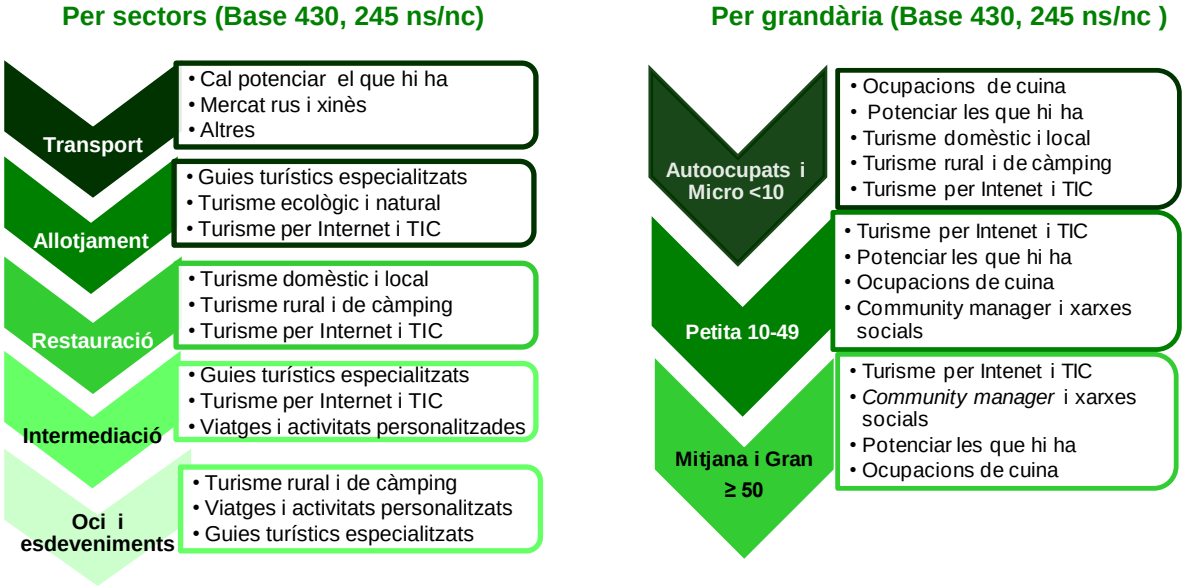
Les ocupacions relacionades amb el **turisme rural** i el **càmping** són les de futur en el sector de les **microempreses** d'**activitats d'oci i organització d'esdeveniments**, però també a la restauració.

Les ocupacions vinculades al **turisme per Internet** i les **noves tecnologies de la informació i la comunicació** són importants per a les **petites, mitjanes i grans empreses** dels sectors de la **intermediació turística**, però també per a la **restauració i l'allotjament**.

Els **guies turístics especialitzats** són ocupacions de futur per al sector de la **intermediació turística**, de manera significativa, però també per a les activitats d'oci i organització d'esdeveniments i l'allotjament.

I les ocupacions relacionades amb l'**assessorament,** la **personalització de les activitats** i els **viatges** són les ocupacions de futur per als sector de les **activitats d'oci i organització** d'**esdeveniments**, de manera significativa, però també per la intermediació turística, tal com s'observa a la figura següent.

FIGURA-13. Ocupacions de futur a Catalunya (5-10 anys). Per sectors i grandària



Nota: totes les empreses, incloses les persones autoocupades (Base 430 -245 ns/nc).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de Ideas-Institut DEP.

Per acabar, el 6% de persones entrevistades considera que cal potenciar les ocupacions que hi ha i entre les persones que **no tenen cap opinió** (el 53,5%) s'observa un percentatge més alt que la mitjana en les empreses de **transport turístic (66%)** i **restauració (55%)** i entre la **microempresa (54%)**.

5. Aproximació a l'encaix entre l'oferta i la demanda

Les dades de l'enquesta evidencien que el sector turístic inverteix poc en formació, sobretot, les empreses de transport turístic i de la restauració, possiblement perquè són sectors que tenen una proporció elevada de persones autoocupades i de microempreses. Cal tenir en compte que només una de cada tres empreses ha fet formació els darrers cinc anys i preveu fer-ne els propers dos anys. En aquest sentit, i pel que fa a les ocupacions turístiques en conjunt, la meitat de les empreses valoren més l'experiència que no pas la formació.

Empreses i ocupacions en què la formació té més valor

1. Les empreses més compromeses amb la formació i les que més la valoren són les del sector de la intermediació turística (agències de viatge, operadors turístics, serveis de reserves i activitats relacionades, i lloguer de vehicles de motor) i les empreses mitjanes i grans amb una orientació de negoci innovadora.

2. La formació és també un valor en els processos de selecció de personal de les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic, com ara les d'agents d'intermediació, assistència i guiatge turístics.[101]

3. Les ocupacions de guiatge turístic i agent d'intermediació (àrea d'intermediació i acompanyament turístic) són les més difícil de cobrir per manca de formació i de professionals.

4. En general, les empreses del sector de la intermediació turística són de les que coneixen millor l'oferta formativa. En aquesta línia, és remarcable el coneixement de l'oferta formativa destinada a les ocupacions de la categoria d'animació turística.

5. En general, les empreses del sector de la intermediació turística i del transport turístic tenen els índexs de satisfacció amb l'oferta formativa més baixos. Precisament, les ocupacions en què l'índex de satisfacció amb l'oferta formativa és més baix i en què es detecten més mancances formatives són les de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic.

6. De tota manera, les mancances de formació i la satisfacció més baixa amb l'oferta formativa de les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic no queden reflectides en l'anàlisi de competències. El dèficit de competències de les ocupacions d'aquesta àrea és de mitjana el més baix de tots (0,33).

7. Aquest fet convida a pensar que algunes habilitats vinculades a aquestes ocupacions no han estat valorades.

Empreses i ocupacions en què la formació té menys valor

1. Les empreses menys compromeses amb la formació i que menys la valoren són les del sector del transport turístic, la restauració, i, en menor grau, l'allotjament; així com les microempreses que han de consolidar la posició actual.

2. Després de les empreses del sector de la intermediació turística, les empreses del sector de la restauració són les que coneixen millor l'oferta formativa. L'experiència, i no pas la formació, és un valor en els processos de selecció de personal de l'àrea d'allotjament i restauració, sobretot en les ocupacions d'auxiliar de cuina i sala i de maîtres i cambrers/es. No obstant això, les ocupacions de la categoria de xefs i cuiners/es són les més difícils de cobrir per manca de professionals i formació.

3. En general, el sector de la restauració manifesta satisfacció amb l'oferta formativa i opina que aquesta s'adequa a les necessitats del negoci. Les ocupacions en què l'índex de satisfacció amb l'oferta formativa és més elevat són precisament les de l'àrea d'allotjament i restauració, tret de la categoria d'auxiliars de cuina i sala.

4. En les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració gairebé no es detecten necessitats de formació, tret de la categoria d'auxiliars de cuina i sala. No obstant això, el dèficit de competències de les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració és de mitjana el més alt de tots (0,81).

[101] Vegeu l'apartat 5.2., «Fitxes d'ocupacions turístiques», d'aquest capítol 5.

Dèficits en competències transversals i tècniques.[102]

1. Pel que fa a les capacitats que les persones han de tenir per desenvolupar les tasques pròpies de la categoria ocupacional, les ocupacions de l'àrea transversal (direcció i gerència, comercialització i màrqueting i manteniment i neteja) són les que presenten els dèficits competencials més grans, sobretot les de la categoria comercialització i màrqueting. Possiblement per la manca d'oferta específica i la necessitat de potenciar el turisme per Internet, en línia, i mitjançant les TIC i les xarxes socials, així com l'adaptació a nous mercats.

2. En segon lloc, s'observen dèficits importants d'habilitats, coneixements i actituds en l'àrea d'allotjament i restauració, sobretot en les categories d'auxiliars de cuina i sala, i, en menor grau, de xefs i cuiners/es, en què es detecten dèficits en competències tècniques importants.

3. Els dèficits importants en les categories d'auxiliar de cuina i sala i xefs i cuiners/es es deuen possiblement a mancances en l'àmbit de la professionalitat i qualitat, l'atenció al client i les llengües estrangeres. Cal tenir en compte que les empreses consideren que les ocupacions relacionades amb la cuina tenen potencial de creixement.

5.1. El punt de partida: el paper de la formació a les empreses del sector turístic

La importància que el sector turístic dóna a la formació com a factor per competir amb èxit en el mercat és notable,[103] sobretot per a les empreses amb cinquanta o més persones assalariades (mitjanes i grans), les empreses de la ciutat de Barcelona, i les de la intermediació turística. Per a les empreses turístiques, la formació està relacionada amb factors de competitivitat nous, com ara, la qualitat del servei, el servei postvenda, la tecnologia, la imatge i la marca de l'empresa. En definitiva, en certa manera es considera que l'eficàcia i l'eficiència del servei depenen de la formació del personal.

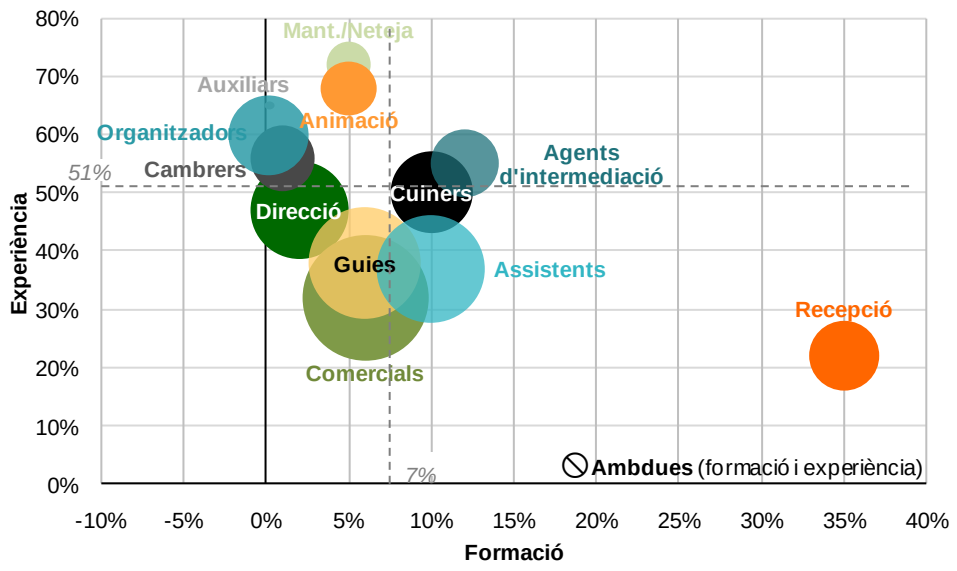
Importància de la formació contra l'experiència a les empreses turístiques

La formació es considera important en categories d'ocupacions com les de recepció, agents d'intermediació, xefs i cuiners/es i assistència turística, per aquest ordre; i conjuntament amb l'experiència, en les categories de comercialització i màrqueting, guiatge turístic i direcció i gerència d'organitzacions turístiques.[104]

L'experiència és més important que la formació, especialment en les categories de manteniment i neteja, animació turística, auxiliars de cuina i sala, organització d'esdeveniments, i maîtres i cambrers/es, tal com s'observa al gràfic següent.

[102] Vegeu l'apartat 5.2., «Fitxes d'ocupacions turístiques», d'aquest capítol 5.
[103] De 8,2 de mitjana en una escala del 0 (gens important) a 10 (molt important).
[104] Vegeu l'apartat 5.2., «Fitxes d'ocupacions turístiques», d'aquest capítol 5.

GRÀFIC-19. Importància de la formació contra experiència per categories d'ocupacions

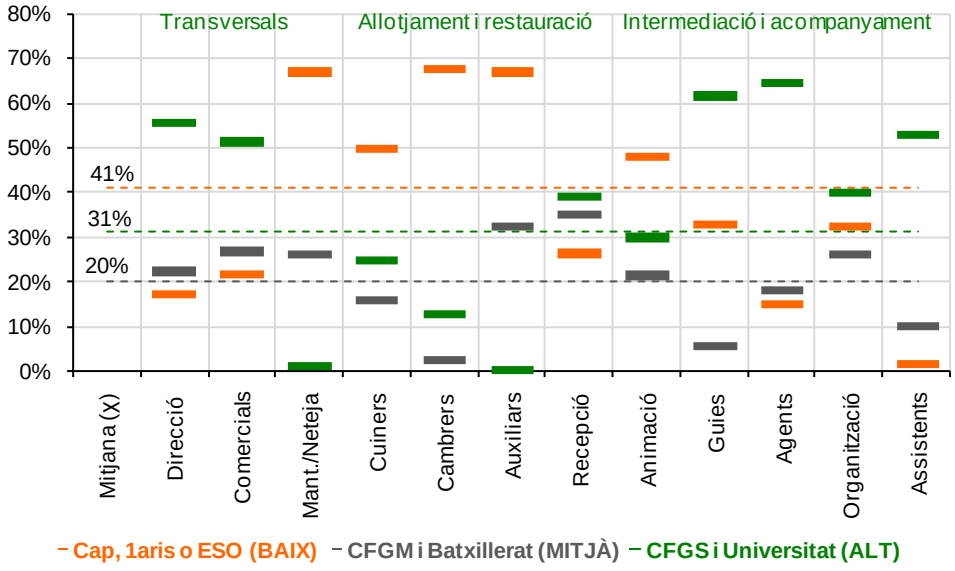


Nota: el diàmetre (⊘) representa la freqüència de la resposta «ambdues».
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

Nivell mínim d'estudis requerit al personal de les empreses turístiques

El nivell mínim de formació que les empreses requereixen a les persones que ocupen o han d'ocupar llocs de treball del sector turístic és baix en general: el 29% de les empreses no requereix cap estudi o només estudis primaris. Tanmateix, el 19% de les empreses requereixen estudis universitaris.

GRÀFIC-20. Nivell mínim d'estudis requerit per les empreses turístiques, per categories d'ocupació



Unitats: freqüència en percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

Els requeriments de formació més alts són els de les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic i de l'àrea transversal, tret de la categoria de manteniment i neteja; i els requeriment de formació més baixos són els de l'àrea d'allotjament i restauració.

Tal com s'observa al gràfic, les empreses turístiques requereixen un **nivell d'estudis alt,** és a dir, formació professional de grau superior (CFGS) o estudis universitaris, en percentatges que superen la mitjana (el 31%), als agents d'intermediació, guies turístics/ques, directors i gerents, assistents/es, personal de comercialització i màrqueting, organització d'esdeveniments i personal de recepció, per aquest odre. En general, per exercir la professió es necessita formació superior en les categories de direcció i gerència, i comercialització i màrqueting; i de turisme i idiomes en les d'agents d'intermediació, guies i informadors/es turístics/ques, i caps de recepció.

Les empreses no requereixen cap tipus de formació o un **nivell d'estudis baix**, és a dir, estudis primaris o secundaris obligatoris (ESO), en percentatges que superen la mitjana (41%), al personal de manteniment i neteja, maîtres i cambrers/es, auxiliars de cuina i sala, xefs i cuiners/es i personal d'animació turística, per aquest ordre. Cal tenir en compte que el carnet de manipulador/a d'aliments és necessari en les categories de cuiners/es, maîtres i cambrers/es i auxiliars de cuina i sala; i que per exercir la professió es necessita formació específica en la de xefs i caps de cuina d'un determinat nivell.

Per acabar, algunes empreses turístiques requereixen un **nivell d'estudis mitjà,** és a dir, estudis de batxillerat o formació professional de grau mitjà (CFGM), en percentatges que superen la mitjana (20%), al personal de recepció, auxiliars de cuina i sala, personal de comercialització i màrqueting, organització d'esdeveniments, personal de manteniment i neteja, direcció i gerència, i animació turística, per aquest ordre. En general, per exercir la professió es necessita formació de nivell mitjà en les categories de manteniment i neteja, concretament, els supervisors i governants/es d'hotel.

Importància de la formació en la selecció de personal d'empreses turístiques

En general, a l'hora de seleccionar els professionals d'ocupacions turístiques, la formació és bastant important,[105] malgrat que les empreses consideren que, per exercir la professió, l'experiència és més important que la formació. No obstant això, hi ha diferències en funció de la categoria ocupacional de què es tracti.

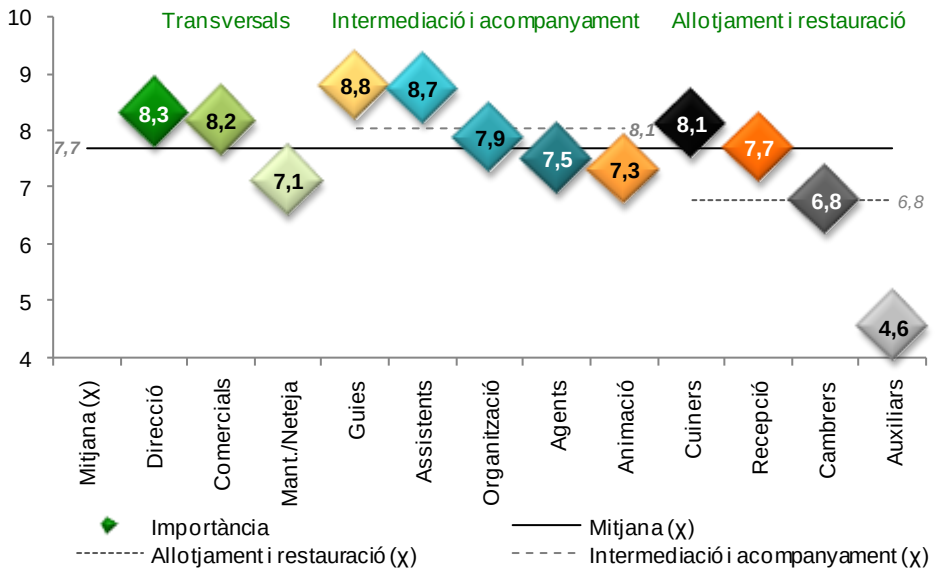
Així, la formació és molt important en els processos de selecció d'ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic, com ara la de guiatge i assistència turístics, però també en les transversals de direcció i gerència i comercialització i màrqueting; i en les d'allotjament i restauració de xef i cuiner/es; totes elles, categories en què la formació conjuntament amb l'experiència és important, i, en les quals les empreses requereixen un nivell d'estudis alt o mitjà, tret dels xefs i cuiners/es en què el nivell d'estudis requerit és baix.

La categoria en què es valora més la formació a l'hora de seleccionar personal és la de guiatge turístic. La necessitat d'habilitació específica i d'idiomes com l'anglès, però també del turisme emergent com el rus o el xinès, en podrien ser les causes.

La categoria en què es valora menys la formació a l'hora de seleccionar personal és la d'auxiliar de cuina i sala, tal com s'observa al gràfic següent, en sintonia amb el nivell d'estudis baix o mitjà requerit per les empreses turístiques per exercir aquestes ocupacions i la valoració de l'experiència per damunt de la formació.

[105] El 7,7 en una escala de 0 (gens) a 10 (totalment).

GRÀFIC-21. Importància de la formació en la selecció, per categories d'ocupació



Unitats: valor absolut en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

La formació és bastant important en els processos de selecció del personal d'allotjament i restauració de la categoria ocupacional de personal de recepció, i d'intermediació i acompanyament turístic, com ara el personal d'organització d'esdeveniments i els agents d'intermediació; categories en què es requereix un nivell alt o mitjà de formació i es valora la importància de la formació, tret de la categoria d'organització d'esdeveniments en la qual l'experiència és més important.

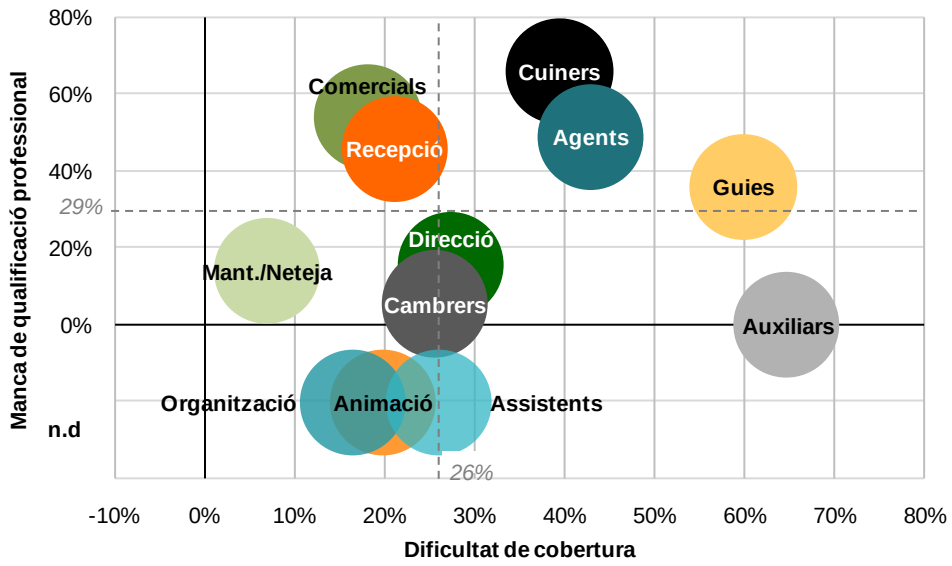
En les categories d'animació turística, personal de manteniment i neteja, i maîtres i cambrers/es, l'experiència és més important que la formació, i les empreses només requereixen un nivell d'estudis baix o mitjà. No obstant això, les empreses valoren positivament la formació en els processos de selecció de personal d'aquestes categories.

Dificultats de cobrir els llocs de treball turístics a causa de la manca de qualificació

Una de cada quatre empreses manifesten tenir dificultat per cobrir les vacants de determinades ocupacions turístiques, però en funció de la categoria ocupacional de què es tracti s'observen diferències. En general, les causes d'aquesta dificultat de cobertura són la manca de formació i de professionals, els horaris de treball i la temporalitat, i la dificultat de trobar un perfil específic, per aquest ordre.

Si posem en relació la dificultat de cobertura de vacants amb la causa principal d'aquesta dificultat –la manca de formació i de professionals- s'observa que hi ha un grup d'ocupacions que tenen dificultats importants –per sobre de la mitjana del 26%- per cobrir les vacants a causa de no trobar persones qualificades –en percentatges per sobre de la mitjana de 28,5% - per manca de formació o professionalitat. Les ocupacions de la categoria de xefs i cuiners/es de l'àrea d'allotjament i restauració, i les categories d'agents d'intermediació i guies turístics de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic formen part d'aquest grup, tal com s'observa al gràfic següent.

GRÀFIC-22. Dificultat de cobertura de vacants per manca de qualificació, per categories d'ocupació



Unitats: freqüència en percentatge.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

En el pol oposat, dificultat baixa per cobrir vacants per causes diferents a la manca de persones qualificades com, per exemple, els horaris de treball i la temporalitat, se situen les ocupacions de manteniment i neteja de l'àrea transversal; i, en menor grau, atès que la dificultat de cobertura és semblant a la mitjana del 26%, les ocupacions de maîtres i cambrers/es de l'àrea d'allotjament i restauració,[106] i de direcció i gerència de l'àrea transversal.[107]

Hi ha un tercer grup d'ocupacions que no són difícils de cobrir –per sota de la mitjana del 26%- però en cas de ser-ho, la causa principal té a veure amb la manca de qualificació professional –en percentatges per sobre de la mitjana del 28,5%- com per exemple, les de la categoria de comercialització i màrqueting de l'àrea transversal, i de recepció de l'àrea d'allotjament i restauració.

En contraposició amb aquest grup, les ocupacions relacionades amb la categoria d'auxiliars de cuina i sala de l'àrea d'allotjament i restauració són les més difícils de cobrir a causa dels horaris de treball i de la temporalitat.

Per acabar, hi ha un darrer grup de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic, que agrupa les ocupacions d'animació turística, organització d'esdeveniments i assistència turística, amb dificultats de cobertura a l'entorn de la mitjana, però per motius mostrals no es proporciona informació sobre les causes d'aquesta dificultat.

Les empreses que han fet i faran formació, i que la valoren per ser competitives

Si les empreses valoren la formació com a factor de competitivitat en els mercats, llavors, molt probablement organitzaran accions formatives, o participaran en cursos de formació. En aquest sentit, les empreses més compromeses amb la formació són les que facturen per sobre del llindar dels cent mil euros i estan orientades a la innovació de productes i serveis. Tenint en compte

[106] Les causes de la dificultat de cobertura de la categoria de maîtres i cambrers/es són la manca de compromís amb la feina i els horaris de treball i la temporalitat. Vegeu a l'apartat 5.2., «Oferta i demanda de formació: anàlisi per categoria ocupacional», d'aquest capítol la fitxa número 5: "Maîtres i cambrers/es".

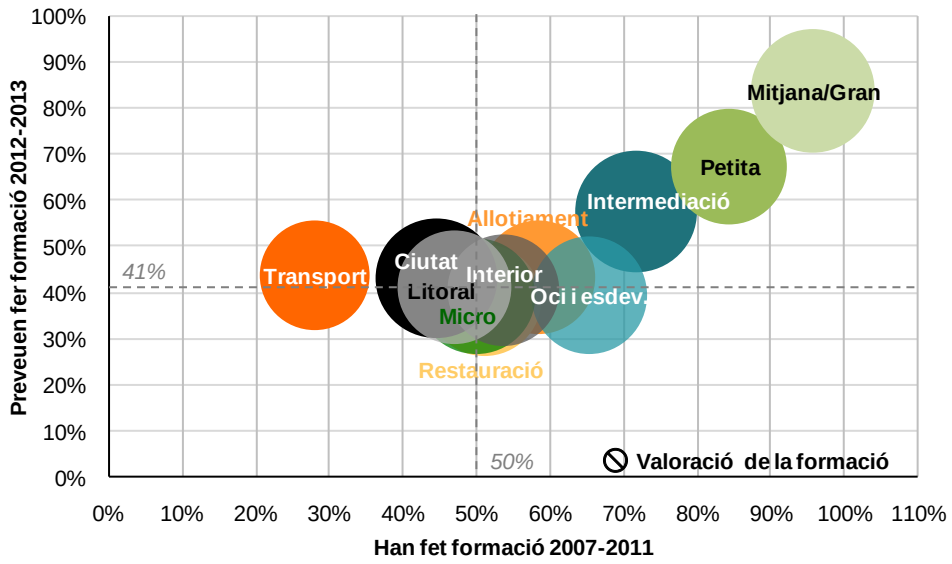
[107] Les causes de la dificultat de cobertura de la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques són l'especialització del perfil, els motius econòmics i salarials o la manca d'adaptació a la filosofia de l'empresa. Vegeu a l'apartat 5.2., «Oferta i demanda de formació: anàlisi per categoria ocupacional», d'aquest capítol la fitxa número 1: "Direcció i gerència d'organitzacions turístiques".

aquest compromís amb la formació, les empreses, prèviament classificades per sector, grandària i zona, es poden separar en tres grans grups.

El primer és el grup d'empreses compromeses amb la formació que ha fet formació els darrers cinc anys, preveu fer-ne els propers anys i la valora considerablement per tal de millorar la competitivitat. En aquest grup hi ha les empreses mitjanes i grans (de 50 i més persones empleades), petites (d'entre 10 i 49 persones empleades), i les empreses d'intermediació turística, és a dir, les agències de viatge, els operadors turístics, els serveis de reserves i activitats relacionades, i les empreses de lloguer de vehicles de motor.

En l'altre extrem, hi ha el grup d'empreses no compromeses amb la formació. En aquest quadrant, no hi ha gaire empreses però hi trobem, parcialment, les empreses de transport turístic.

GRÀFIC-23. Empreses turístiques que inverteixen en formació i la valoren, per sector i grandària

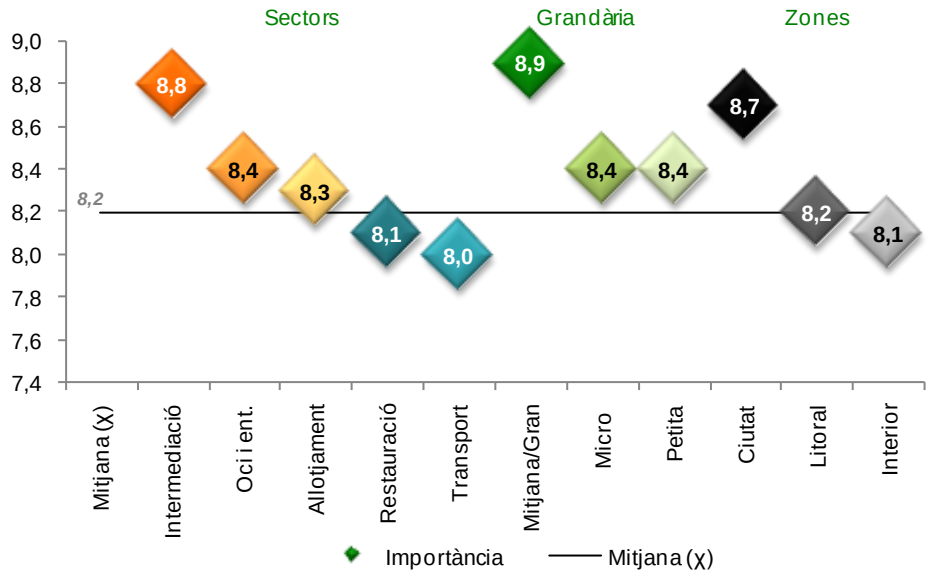


Unitats: freqüència en percentatge.
Nota: el diàmetre (⊘) representa la importància de la formació per a la competitivitat de l'empresa, en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

Per acabar, el tercer grup és el de les empreses compromeses a mitges amb la formació. Les microempreses del sector de la restauració se situen en aquesta posició central, amb un percentatge alt d'empreses que no han fet formació ni preveuen fer-ne, i, en menor grau, l'allotjament, les activitats d'oci i entreteniment, com ara les activitats d'esport, culturals i recreatives, i les empreses de l'interior rural, una mica més compromeses amb la formació. Les empreses de Barcelona ciutat i el litoral, tot i que atorguen importància a la formació, també s'agrupen a l'entorn d'aquests valors centrals.

Tal com s'observa al gràfic següent, les empreses que donen més importància a la formació com a factor de competitivitat, modernització, millora de la qualitat del servei al client, i qualificació i professionalització del personal, són les empreses mitjanes i grans (de 50 i més persones treballadores), del sector de la intermediació turística, i situades a la ciutat de Barcelona.

GRÀFIC-24. Importància de la formació per a la competitivitat de les empreses



Unitats: valor absolut en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important).
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

5.2. Oferta i demanda de formació. Anàlisi per categoria ocupacional

A continuació s'analitza el coneixement de l'oferta de formació per categoria d'ocupació, així com el grau de satisfacció amb aquesta oferta i l'existència de mancances formatives. Tret d'algunes excepcions, en general, com més es coneix l'oferta formativa d'una categoria ocupacional, menys satisfet s'està amb aquesta oferta, i més necessitats formatives es detecten.

5.2.1. Una aproximació comparativa

En general, l'oferta de formació més coneguda és la de les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic (el 61% de mitjana), concretament, la de les categories d'animació turística, assistència i guiatge turístic, per aquest ordre. Cal tenir en compte que són les empreses del sector de la intermediació turística les que, en general, millor coneixen l'oferta, sobretot la de formació professional i universitària.[108]

Probablement aquest major coneixement de l'oferta és degut al fet que aquesta és específica per a aquestes categories ocupacionals, és a dir, la seva finalitat és capacitar professionalment les persones per realitzar les tasques pròpies de cada ocupació. En aquest sentit, els mateixos títols dels estudis d'FP reglada reflecteixen aquesta especificitat (i per tant més facilitat d'associar formació a ocupació).[109] D'altra banda, pel que fa a la formació universitària, els graus en turisme, degut al seu caràcter més general, "perden" especificitat, si bé aquesta queda compensada per

[108] Vegeu l'apartat 4.5., «Valoració de l'oferta formativa en el sector turístic», del capítol 4, «Demanda de formació de les empreses del sector turístic de Catalunya»
[109] Els CFGS d'Agències de viatges i organització d'esdeveniments, el de Guia, informació i assistència turístiques i el d'Animació turística en són un clar exemple.

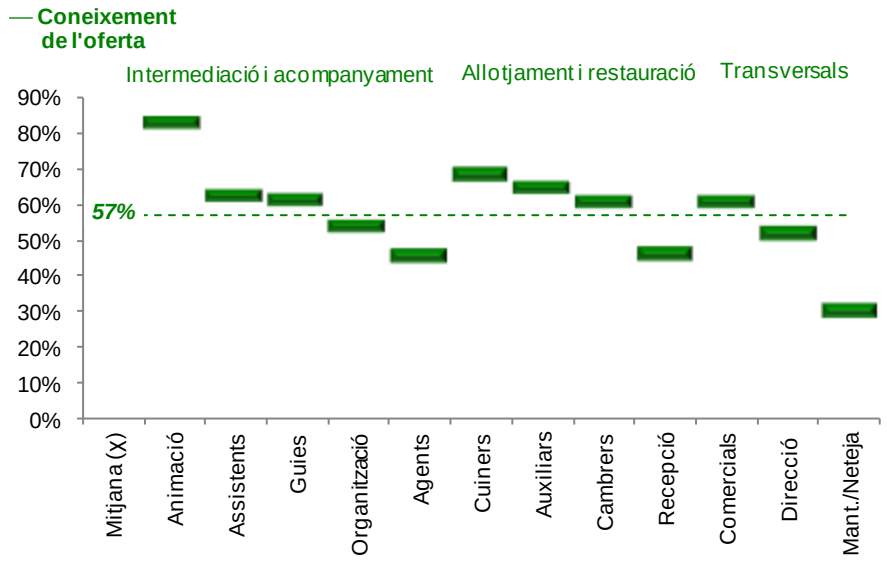
l'existència de màsters oficials i cursos d'extensió universitària clarament enfocats a aquestes ocupacions.[110]

Pel que fa al grau de coneixement de l'oferta formativa, les empreses de l'àrea d'allotjament i restauració ocupen el segon lloc. En general, tres de cada cinc persones entrevistades coneixen bastant bé l'oferta formativa de les ocupacions d'aquesta àrea, sobretot l'oferta destinada a xefs i cuiners/es, auxiliars de cuina i sala, i, maîtres i cambrers/es, per aquest ordre, en sintonia amb el coneixement general que el sectors de la restauració i de l'allotjament, en menor grau, tenen de l'oferta formativa.

Cal tenir en compte que des d'un punt de vista quantitatiu, les accions formatives dirigides a l'àrea d'allotjament i restauració representen la meitat (el 50,2%) del total de les accions analitzades en el capítol 3.

Per acabar, l'oferta formativa de les categories ocupacionals de l'àrea transversal és la menys coneguda, sobretot la destinada al personal de manteniment i neteja -inclòs el personal supervisor i governants/es-[111] i, en menor grau, la destinada a la direcció i gerència d'organitzacions turístiques, tal com s'observa al gràfic següent.

GRÀFIC-25. Coneixement de l'oferta formativa per àrees i categories ocupacionals



Unitats: freqüència en percentatge.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

Pel que fa a les necessitats formatives, les mancances de formació més grans es detecten en les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic (el 54% de les empreses), sobretot en les categories d'assistència, guiatge turístic i animació turística, per aquest ordre. També són remarcables les mancances de formació en la categoria ocupacional de direcció i gerència.

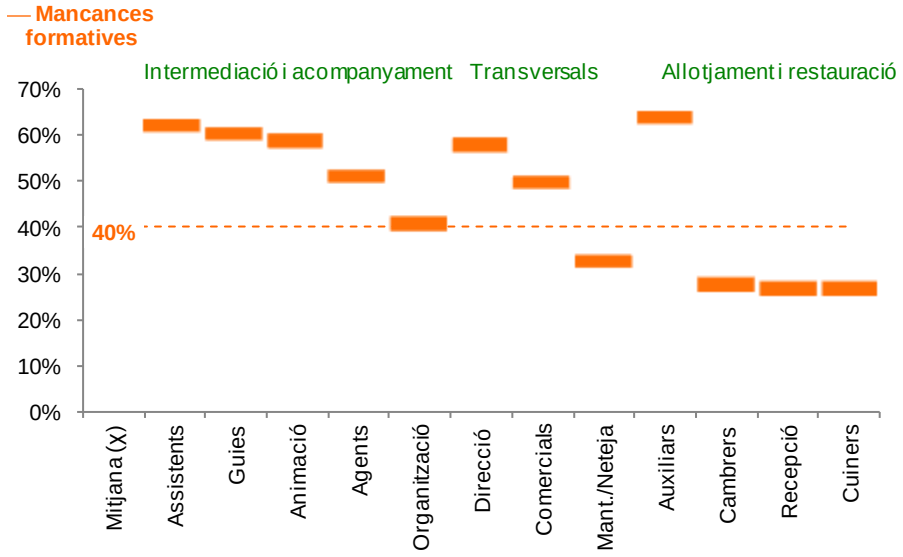
En general, no es detecten mancances de formació en les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració. De fet, només una tercera part de les empreses han detectat mancances de formació, i si

[110] Com ara el màster oficial en Turisme cultural (UdG, UOC), la diplomatura de postgrau Tècniques en gestió i assessorament en les agències de viatges i el Màster en gestió i organització d'esdeveniments (ambdós organitzats per l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera de la UAB); entre d'altres.

[111] Tot i que al capítol 3, tal com recull la fitxa d'aquesta categoria ocupacional, s'han identificat 101 accions formatives dirigides a aquestes ocupacions, el gruix de les quals es concentra en formació professional per a l'ocupació d'oferta dirigida a persones en situació d'atur (74 accions formatives) orientada a les ocupacions de menor qualificació (neteja de pisos, bugader/a, planxador/a).

ho han fet ha estat, sobretot, en les ocupacions d'auxiliars de cuina i sala, tal com s'observa al gràfic següent.

GRÀFIC-26. Detecció de mancances de formació per àrees i categories ocupacionals



Unitats: freqüència en percentatge.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

La satisfacció amb l'oferta formativa destinada a les ocupacions de l'àrea transversal és bastant alta (7,0): direcció i gerència, comercialització i màrqueting, i personal de manteniment i neteja. Les necessitats de formació es detecten, sobretot, en les categories de direcció i gerència, i comercialització i màrqueting, és a dir, en les ocupacions en què l'oferta formativa es coneix més.

La satisfacció amb l'oferta formativa destinada a les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració és bastant alta (6,7). La més baixa s'observa en les ocupacions de la categoria d'auxiliar de cuina i sala. Les ocupacions amb més potencial de creixement en aquesta àrea són les relacionades amb la cuina, el turisme domèstic i local, el turisme rural i de càmping, i el turisme per Internet i les TIC.

La satisfacció amb l'oferta formativa de les ocupacions de l'àrea d'intermediació i allotjament és la més baixa (el 6,2 de mitjana), en sintonia amb el grau baix de satisfacció amb l'oferta formativa general de les empreses del sector de la intermediació turística i l'alt percentatge d'empreses del sector que consideren que l'oferta de formació no s'adequa a les necessitats del negoci, per manca d'oferta (tant general com específica) i per ser massa acadèmica i poc pràctica.

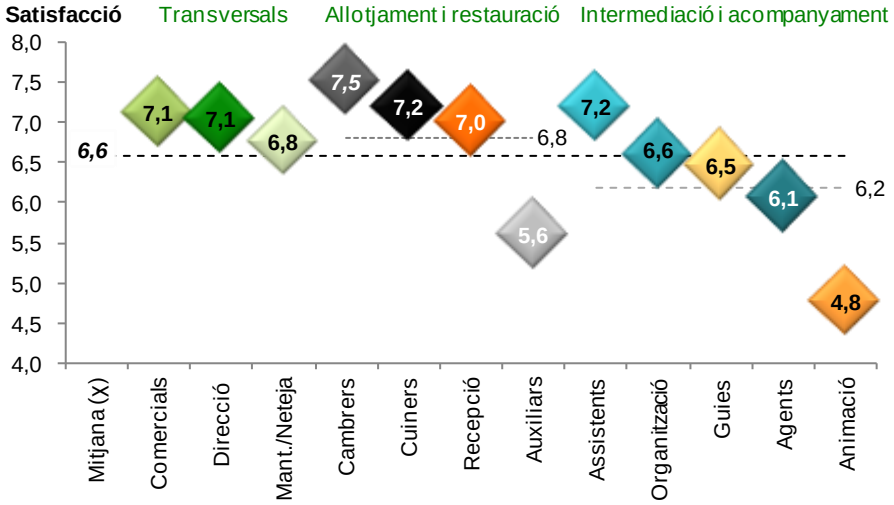
De l'anàlisi de l'oferta formativa feta al capítol 3 d'aquest informe, es pot concloure que, si bé les accions formatives dirigides a les categories ocupacionals de l'àrea de la intermediació i assistència turístiques concentren el 30,5% del total de les accions analitzades, des d'un punt de vista qualitatiu s'observa una major presència de la formació reglada o oficial (ja sigui universitària o FP) i un menor pes de les accions aquí categoritzades com "altres" i que corresponen a les impartides per tot tipus de centres de formació, amb elevada variabilitat de temàtiques i durada.

Per tant, el menor grau de satisfacció detectat pot respondre a les tradicionals crítiques que acostuma a rebre la formació reglada: teòrica en excés, marcada per un programa i una estructura més fixes i menys flexibles, en comparació amb la formació no reglada, més permeable a les necessitats puntuals d'empreses i treballadors, tant pel que fa als continguts com a la durada.

Precisament, la satisfacció amb l'oferta de formació més baixa s'observa en la categoria d'animació turística.[112] Cal tenir en compte que en el sector de la intermediació turística i en el de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments hi ha les ocupacions amb el potencial de creixement més alt, com ara les ocupacions vinculades al turisme per Internet i les noves tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), el guiatge turístic especialitzat, i l'assessorament i la personalització d'activitats.

No obstant això, la satisfacció amb l'oferta formativa destinada als assistents/es i, en menor grau, al personal d'organització d'esdeveniments, és bastant alta, en sintonia amb la satisfacció general que les empreses del sector d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments mostren amb l'oferta formativa, sobretot amb la universitària i la professional. De fet, la categoria d'assistència turística és una de les excepcions en què es coneix l'oferta de formació, s'observen mancances formatives, però la satisfacció amb l'oferta formativa és alta en lloc de baixa.

GRÀFIC-27. Satisfacció amb l'oferta formativa per àrees i categories ocupacionals



Unitats: valor absolut en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important) i percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

Competències que s'han de cobrir en els plans de formació del sector turístic

Les categories d'ocupació amb més deficiències pel que fa a les capacitats per desenvolupar la feina de manera idònia (transversals i tècniques conjuntament) són les d'auxiliars de cuina i sala i xefs i cuiners/es de l'àrea d'allotjament i restauració; i les de comercialització i màrqueting, manteniment i neteja i direcció i gerència de l'àrea transversal.

Pel que fa a les **competències transversals,** és a dir, les habilitats, coneixements i actituds que les persones han de tenir per desenvolupar les tasques pròpies de la categoria ocupacional, l'àrea transversal és la que presenta els dèficits competencials més grans.

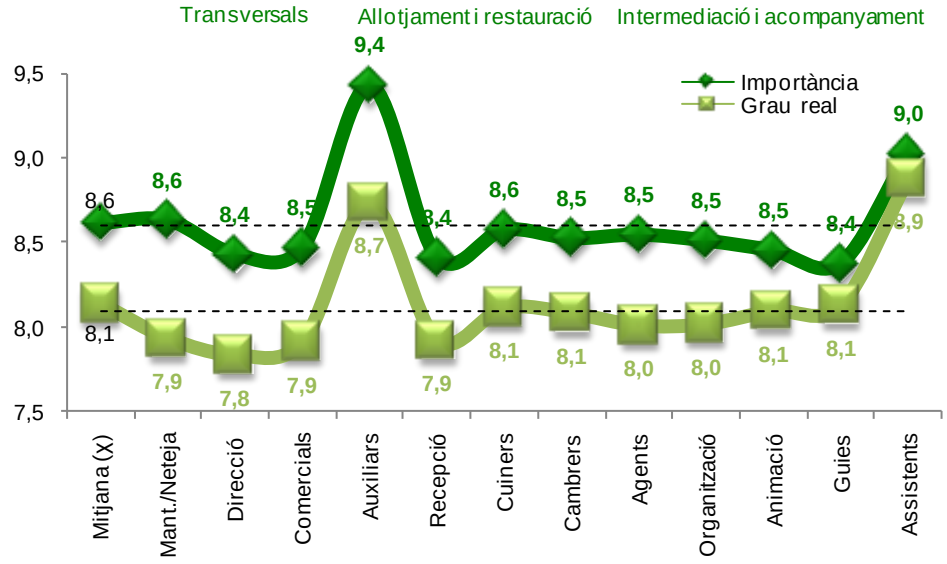
Les ocupacions d'aquesta àrea en què la diferència entre la importància que s'atorga a les competències i el grau d'habilitat real és més gran, són les de les categories següents: personal de manteniment i neteja (supervisors i governantes), direcció i gerència, i comercialització i màrqueting,

[112] Per veure l'oferta formativa dirigida a aquesta categoria ocupacional, vegeu la corresponent fitxa més endavant, si bé cal tenir en compte que el títol d'Animació turística (CFGS) serà substituït a partir del curs 2012-2013 pel d'Animació sociocultural i turística (adscrit a la família professional de serveis socioculturals i a la comunitat).

per aquest ordre. Una explicació possible és la manca d'oferta específica en aquestes categories,[113] i la necessitat de potenciar el turisme per Internet, en línia i mitjançant les TIC de la categoria comercialització i màrqueting.

Tal com s'observa al gràfic següent, les diferències també són grans en les ocupacions de la categoria d'auxiliar de cuina i sala de l'àrea d'allotjament i restauració, una explicació possible és la reiterada manca de qualitat i professionalitat expressada.

GRÀFIC-28. Competències transversals: importància i grau real de competència, per ocupacions



Unitats: valor absolut en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important) i percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

A les fitxes d'ocupacions es poden consultar les competències transversals concretes en què es detecten les diferències més grans. No obstant això, a continuació se'n concreten algunes:

- **Àrea transversal**. *Manteniment i neteja* (supervisors i governants): gestió del temps i planificació, organització i control. *Direcció i gerència d'organitzacions turístiques*: gestió de conflictes i resolució de problemes; iniciativa i creativitat. *Comercialització i màrqueting*: idiomes; iniciativa i creativitat.

- **Àrea d'allotjament i restauració**. *Auxiliars de cuina i sala*: normes de seguretat i higiene; actitud cap a la neteja i l'ordre. *Caps de recepció*: gestió de conflictes i resolució de problemes; gestió de personal i coordinació d'equips. *Xefs i caps de cuina*: direcció i lideratge; iniciativa i creativitat; planificació, organització i control. *Maîtres i cambrers/es*: idiomes.

- **Àrea d'intermediació i acompanyament turístic**. *Agents d'intermediació*: idiomes. Organització d'esdeveniments: gestió de conflictes i resolució de problemes; iniciativa i creativitat. *Animació turística*: comunicació, persuasió i relacions públiques. *Guiatge turístic*: idiomes.

S'observa que els idiomes, la gestió de conflictes i la resolució de problemes, la iniciativa i creativitat, i la planificació, l'organització i el control conformen el conjunt de competències transversals

[113] Tal com es constata en la fitxa del personal de manteniment i neteja, hi ha molt poca formació específica per a persones supervisores o governants/es (algun curs de formació professional per a l'ocupació), mentre que, pel que fa a la categoria de direcció i gerència, l'oferta formativa és elevada, fet que potser reflecteix un cert grau de desconeixement d'aquesta tant per part de les empreses i com dels potencials destinataris. En canvi, pel que fa a la comercialització i màrqueting, degut a ser una de les ocupacions en creixement i alta demanda de coneixements específics, l'oferta existent pot resultar insuficient (és significatiu que la major part de les accions formatives dirigides a aquests professionals es classifiquin en la categoria d'"Altres accions formatives", tal com es constata en la fitxa 2).

compartides que requereixen més atenció, en sintonia amb el tipus d'oferta formativa general que es troba a faltar: els idiomes, i que es proposa millorar: la formació en idiomes, i la qualitat i la professionalitat.

Tal com ja s'ha comentat anteriorment, l'oferta formativa en idiomes no ha estat objecte d'anàlisi en aquest informe, atès que el seu marcat caràcter transversal (són necessaris en la majoria de sectors d'activitat) ampliava enormement l'objecte d'estudi. Així mateix, cal tenir en compte que molts centres de formació (públics i privats) ofereixen diferents cursos d'aprenentatge de llengües estrangeres (ja siguin més tradicionals, com l'anglès o el francès, o més enfocats a les economies emergents, com el xinès i el rus), en una àmplia varietat de modalitats.

D'altra banda, cal tenir en compte que el coneixement d'una o més llengües estrangeres té un pes significatiu en els plans d'estudis analitzats, ja sigui mitjançant assignatures específiques de llengua estrangera (en els graus i els CFGM i CFGS) com amb la docència en llengua estrangera de determinades assignatures o cursos acadèmics complets (en el cas de la formació universitària, sobre tot els màsters i altres cursos d'extensió universitària).

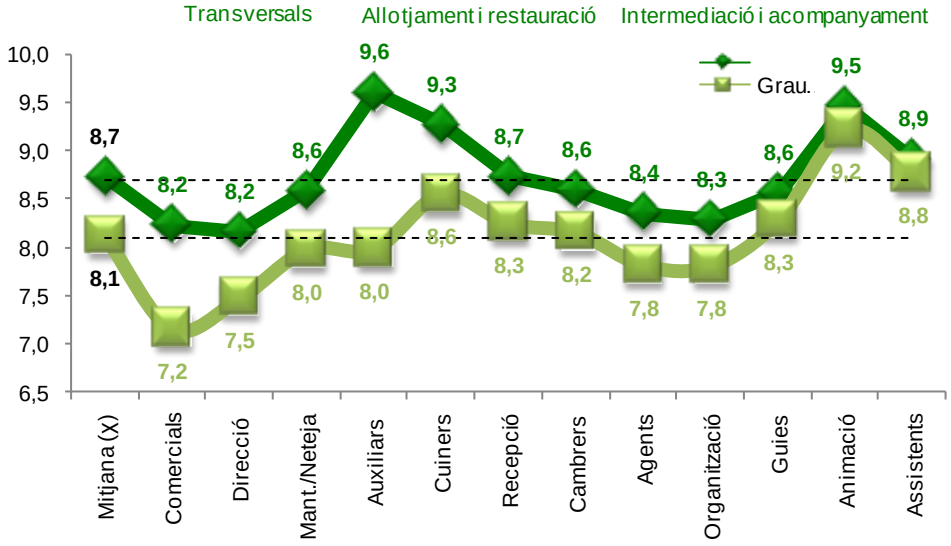
Ara bé, la reiterada constatació per part de les empreses de les mancances en idiomes de les persones treballadores obliga a qüestionar, tal com ja s'ha apuntat, si aquesta oferta formativa és suficient i per tant, cal replantejar-la.

D'altra banda, cal tenir en compte el potencial de creixement de les ocupacions relacionades amb el turisme rural, els guies turístics especialitzats, i els mercats nous com ara el xinès i el rus, en què aquestes competències són necessàries.

Quant a les **competències tècniques** o capacitats que han de tenir les persones per fer la feina de la categoria ocupacional de manera idònia, l'àrea d'allotjament i restauració és la que presenta els dèficits més grans, sobretot la categoria ocupacional d'auxiliars de cuina i sala, seguida de la de xefs i cuiners/es. En general, la professionalització i la qualitat s'han de millorar en el sector de la restauració i l'allotjament, així com l'atenció al client i els idiomes. Cal tenir present que tot i que presenta dèficits en competències importants, moltes empreses han considerat les ocupacions relacionades amb la cuina de futur d'aquí cinc a deu anys.

Les diferències entre la importància que s'atorga a les competències tècniques i el grau d'habilitat real també és gran a l'àrea transversal, concretament en les ocupacions de la categoria comercialització i màrqueting, i direcció i gerència, en concordança amb la necessitat de reforçar les vendes mitjançant el turisme per Internet, en línia, les TIC, les xarxes socials, i els nous mercats, com ara el xinès i el rus, entre d'altres, tal com s'observa al gràfic anterior.

GRÀFIC-29. Competències tècniques: importància i grau real de competència, per ocupacions



Unitats: valor absolut en una escala de 0 (gens important) a 10 (molt important) i percentatges.
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

A les fitxes d'ocupacions es poden consultar les competències tècniques concretes en què la diferència és més gran. No obstant això, a continuació se'n destaquen algunes:

- **Àrea transversal**. *Direcció i gerència d'organitzacions turístiques*: gestió comercial i de màrqueting. *Comercialització i màrqueting*: ús d'aplicacions informàtiques, recerca d'informació i xarxes socials (blogs, RSS, Twitter, Facebook, web 2.0, etc.). *Manteniment* (supervisors): gestió d'instal·lacions, maquinària i equips. *Personal de neteja*: serveis personals i protocol.

- **Àrea d'allotjament i restauració**. *Auxiliars de cuina i sala*: operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació, conservació i presentació d'aliments i begudes. *Xefs i cuiners/es*: normes de seguretat alimentària i higiene tècniques d'elaboració, manipulació, preparació, regeneració i presentació d'aliments. *Recepció*: comercialització i màrqueting. *Maîtres, sommeliers i caps de sala*: direcció, planificació, i supervisió de la sala i el personal. *Cambrers/es*: normes de protocol i restauració.

- **Àrea d'intermediació i acompanyament turístic**. *Agents d'intermediació*: gestió comercial i màrqueting, promoció i venda, gestió pressupostària, comptable i estadística. *Organització d'esdeveniments*: productes i serveis d'esdeveniments i actes públics.

En les categories d'allotjament i restauració s'observen dèficits en les capacitats per fer la feina de manera idònia, per tant, manca d'efectivitat, professionalitat i qualitat del servei, la qual cosa té relació amb la proposta per millorar la formació turística general en l'àmbit de la qualitat i la professionalitat del servei.

D'altra banda, en les categories transversals i d'intermediació i acompanyament turístic s'observa un dèficit en habilitats i coneixements relacionats amb la venda i el màrqueting i els nous canals de comercialització en sintonia amb les propostes de millora relacionades amb el turisme per Internet, en línia o les noves tecnologies.

5.2.2. Fitxes d'ocupacions turístiques

Les fitxes d'ocupacions turístiques agrupen en una sola categoria les ocupacions d'una família, és a dir, les ocupacions que comparteixen funcions, competències, oferta formativa o característiques semblants. Les fitxes d'ocupacions s'han distribuït en tres àrees en coherència amb el mapa de les ocupacions dels sector turístic d'aquesta recerca:[114] transversal, allotjament i restauració, i intermediació i acompanyament turístic, tal com es concreta a continuació.

Categories d'ocupacions transversals

1. Categoria ocupacional de **direcció i gerència d'organitzacions turístiques**
2. Categoria ocupacional de **comercialització i màrqueting**
3. Categoria ocupacional de **manteniment i neteja**

Categories d'ocupacions d'allotjament i restauració

4. Categoria ocupacional de **xefs i cuiners/es**
5. Categoria ocupacional de **maîtres i cambrers/es**
6. Categoria ocupacional d'**auxiliars de cuina i sala**
7. Categoria ocupacional de **recepció**

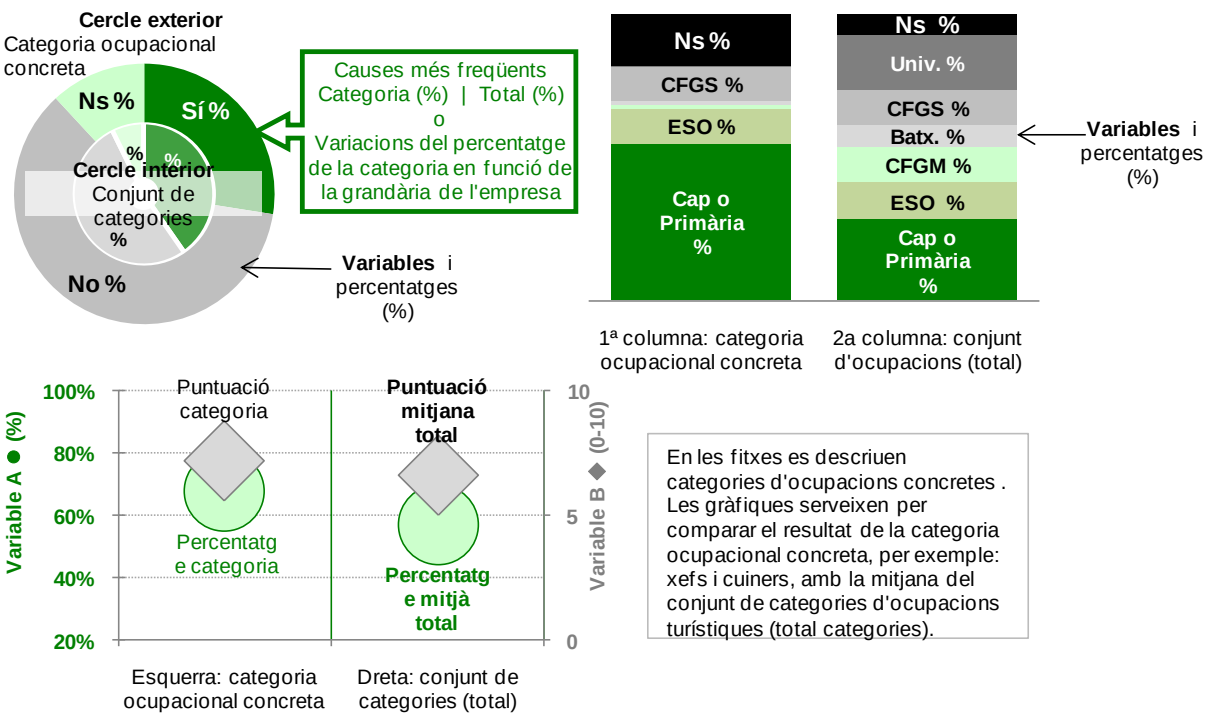
Categories d'ocupacions d'intermediació i acompanyament turístic

8. Categoria ocupacional **d'animació turística**
9. Categoria ocupacional de **guiatge turístic**
10. Categoria ocupacional d'**agents d'intermediació**
11. Categoria ocupacional d'**organització d'esdeveniments**
12. Categoria ocupacional d'**assistència turística**

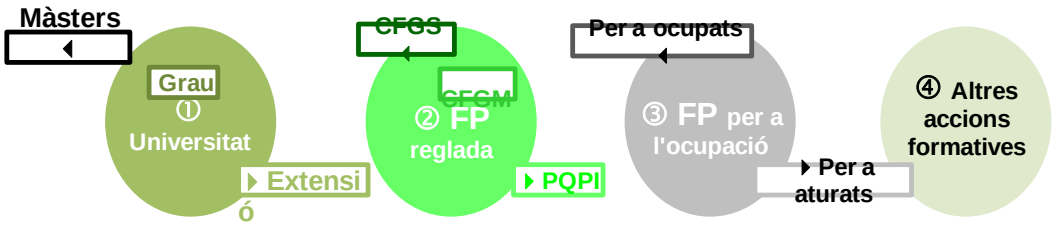
Guia de lectura dels gràfics de les fitxes d'ocupacions turístiques

En l'esquema següent es presenta la guia de lectura de la informació que contenen els gràfics de les fitxes d'ocupacions turístiques.

[114] Vegeu l'apartat 2.2., «Ocupacions de les activitats turístiques», del capítol 2, «Mapa de les ocupacions de les activitats turístiques», d'aquest estudi.



En les fitxes es descriuen categories d'ocupacions concretes . Les gràfiques serveixen per comparar el resultat de la categoria ocupacional concreta, per exemple: xefs i cuiners, amb la mitjana del conjunt de categories d'ocupacions turístiques (total categories).



El diàmetre de la circumferència (⦸) representa l'oferta formativa de cada tipus de formació, des del punt de vista quantitatiu, i les subdivisions dins de cada circumferència, els diversos subtipus. Així, la proporció de la circumferència o de les diverses zones d'aquesta reflecteix el nombre de cursos del tipus de formació, la quantitat, però no altres variables qualitatives, com ara, el nombre d'hores, la diversitat de cursos, la distribució territorial o el percentatge de formació pràctica, entre d'altres. La diversitat de temàtiques d'una banda, i la distribució territorial de l'altra es concreten a les taules sobre l'oferta formativa de cadascuna de les fitxes de categoria ocupacional.

1. DIRECCIÓ I GERÈNCIA D'ORGANITZACIONS TURÍSTIQUES

Transversal

Ocupacions incloses (CCO 2011): directors i gerents d'hotel (1411) i directors i gerents d'altres empreses de serveis d'allotjament (1419), com ara motels i albergs juvenils; directors i gerents de restaurants (1421); directors i gerents de bars, cafeteries i similars (1422), directors i gerents d'empreses de serveis d'àpats i altres empreses de restauració (1429); directors i gerents d'empreses d'activitats recreatives, culturals i esportives (1501), com ara parcs d'atraccions; directors i gerents d'altres empreses de serveis (1509) com per exemple agències de viatges i centres de conferències; treballadors propietaris de petits allotjaments (5840).

Descripció General

Funcions

Dirigir i gestionar una unitat de producció en allotjament, restauració, activitat recreativa, agència de viatges o similar. Dissenyar i comercialitzar ofertes, serveis i productes. Gestionar econòmicament i financera l'establiment. Gestionar la qualitat ambiental i la seguretat. Assegurar el manteniment i les condicions d'ús d'espais, instal·lacions i dotacions en els establiments.

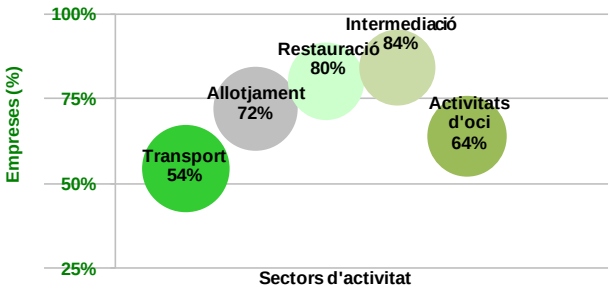
Competències transversals

Direcció i gerència	Importància Mitjana	Importància Moda	Grau real Mitjana	Grau real Moda	Diferència mitjanes	Diferència modes
Atenció i servei orientat al client	9,1	10,0	8,8	10,0	**0,3**	**0,0**
Iniciativa i creativitat	8,6	8,0	7,7	8,0	**0,8**	**0,0**
Direcció i lideratge	8,5	10,0	8,1	8,0	**0,4**	**2,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,3	10,0	7,8	8,0	**0,5**	**2,0**
Idiomes	8,3	10,0	7,7	9,0	**0,6**	**1,0**
Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació	8,3	10,0	7,6	8,0	**0,6**	**2,0**
Gestió de personal i coordinació d'equips	8,2	8,0	7,8	8,0	**0,4**	**0,0**
Gestió de conflictes i resolució de problemes	8,2	10,0	7,2	8,0	**1,0**	**2,0**

Competències tècniques

Direcció i gerència	Importància Mitjana	Importància Moda	Grau real Mitjana	Grau real Moda	Diferència mitjanes	Diferència modes
Direcció i organització d'empreses	8,7	10,0	8,1	8,0	**0,7**	**2,0**
Gestió comercial i màrqueting	8,2	10,0	7,1	8,0	**1,1**	**2,0**
Gestió pressupostària, comptable, financera i estadística	8,2	8,0	7,5	8,0	**0,7**	**0,0**
Gestió de compres, aprovisionament i logística	8,0	8,0	7,8	8,0	**0,3**	**0,0**
Gestió de recursos humans	7,7	8,0	7,0	8,0	**0,7**	**0,0**

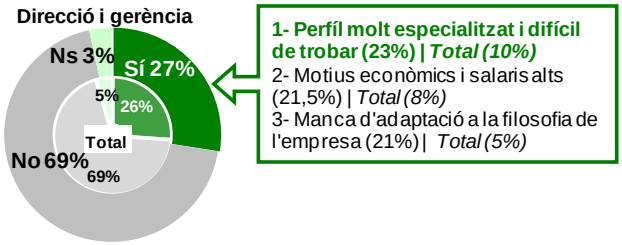
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional present a tots els sectors, sobretot, a la intermediació turística, la restauració i l'allotjament. El percentatge és inferior en el transport per la proporció més gran d'autònoms.

Dificultat de cobertura i causes

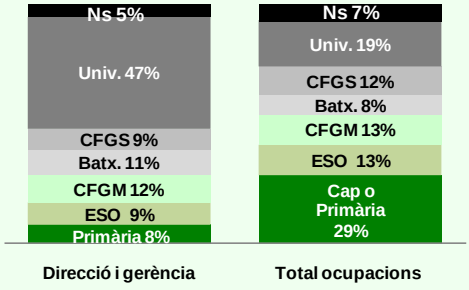


La dificultat de cobertura és semblant a la mitjana del conjunt de les categories, només una de cada quatre empreses consideren que és un lloc de treball difícil de cobrir i, de manera significativa, al litoral. Les causes d'aquesta dificultat són que el perfil és molt especialitzat i difícil de trobar, que els salaris són alts o l'economia no ho permet o que les persones no s'adapten a la filosofia de l'empresa.

Formació

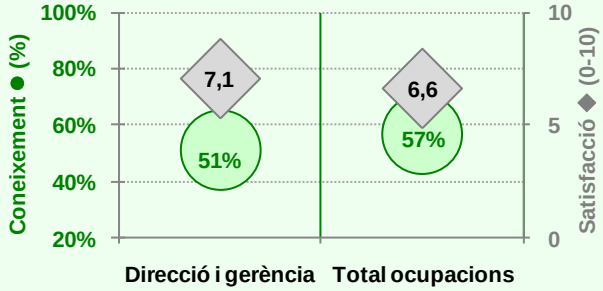
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



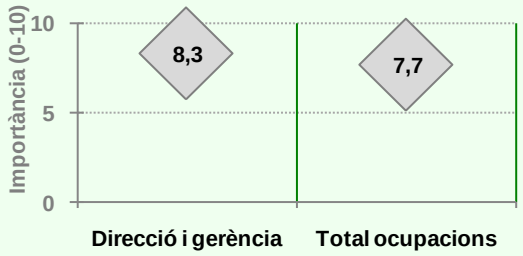
Els requeriments mínims de formació per la meitat de les empreses (47%) són els de formació universitària. Els de l'altra meitat es distribueixen de manera equitativa entre els nivells de formació inferiors. Per exercir la professió es necessita formació en direcció d'establiments turístics, màrqueting, administració d'empreses, i distribució i venda de productes i serveis.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per a la direcció i gerència de l'àmbit del turisme és del 51%, inferior a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals, però la valoració de l'oferta formativa assoleix el notable i és superior al total del les ocupacions (7,1).

Importància de la formació en la selecció



La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció és notable (8,3), per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació universitària, amb predomini dels cursos d'extensió universitària, i en les altres accions formatives. Pel que fa a la formació universitària, cal recordar que els ensenyaments de grau estan orientats a la formació general de preparació per a l'exercici de la direcció. En canvi, els màsters ofereixen una especialització més elevada, i els cursos d'extensió universitària estan més centrats en les empreses turístiques. En ser una categoria de caire transversal, que requereix nivells de qualificació elevats, la formació professional, tant reglada com per a l'ocupació, és residual.

Quant a la distribució territorial, l'oferta es concentra bàsicament a la capital – ciutat (29), seguida del litoral (24) i de l'interior rural (11). Tot i que a priori pugui semblar que l'oferta està distribuïda arreu del territori, cal assenyalar que la major part dels títols del litoral pertanyen al Maresme i pel que fa a l'interior rural, pertanyen al Vallès, ambdues comarques molt properes a Barcelona. Pel que fa a la formació universitària hi ha cursos en línia (10), a distància (2), la majoria combinant formules semipresencials o mixtes.

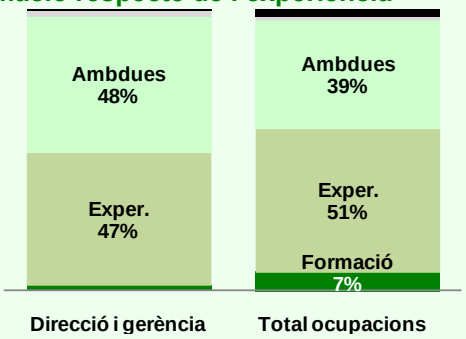
① Formació universitària

Graus	
Temàtica	**Distribució territorial**
Turisme Gestió de la innovació Direcció hotelera	7 capital - ciutat 5 litoral 3 interior rural 1 en línia 1 a distància

Màsters universitaris oficials	
Temàtica	Distribució territorial
Direcció hotelera Gestió estratègica *Hospitality management* Planificació turisme	3 capital - ciutat 5 litoral

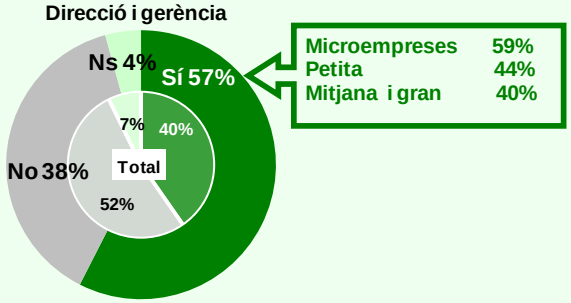
Cursos d'extensió universitària	
Temàtica	**Distribució territorial**
Direcció i gestió allotjaments Direcció i gestió restauració Gestió turisme enològic Gestió agències de viatge Gestió esdeveniments Planificació turística Consultoria turística	7 capital - ciutat 2 litoral 3 interior rural 5 en línia 1 a distància

Formació respecte de l'experiència



En gairebé la meitat de les empreses (el 48%) es valora tant la formació com l'experiència, per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals. Però gairebé l'altra meitat (el 47%), valora més l'experiència que la formació, tot i que per sota de la mitjana del total d'ocupacions.

Detecció de mancances formatives



Tres de cada cinc empreses detecten mancances de formació entre els directors i gerents que són significatives a la microempresa (el 59%), en comparació amb l'empresa mitjana i gran (el 40%).

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió allotjaments turístics	6 capital - ciutat 3 litoral 2 interior rural

No hi ha programes de qualificació professional inicial ni cicles formatius de grau mitjà per a la categoria de direcció i gerència.

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a ocupats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Direcció de restaurants (disseny oferta)	1 capital - ciutat

No hi ha cursos de formació professional dirigits a persones en situació d'atur per a la categoria de direcció i gerència.

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió qualitat Finances Anàlisi i resolució de conflictes Gestió d'equips i persones Lideratge Turisme sostenible RSC Planificació turística Consultoria turística	5 capital - ciutat 9 litoral 3 interior rural 4 en línia

Altra informació rellevant

La categoria ocupacional de direcció i gerència es troba en tots els sectors, tot i que en el transport i en les activitats d'oci i organització d'esdeveniments és menys freqüent, com a conseqüència d'una autoocupació i polivalència més grans. La distància entre la importància de les competències en gestió comercial i màrqueting i en gestió de conflictes i resolució de problemes, i el grau en què la direcció i gerència les té assolides és considerable. Tot i que la dificultat de cobertura només afecta una de cada quatre empreses, sobretot del litoral, en són les causes principals l'especialització del perfil, els sous alts i la manca d'adaptació a la filosofia de les empreses. La importància de la formació en els processos de selecció és alta i la satisfacció amb l'oferta formativa també. La meitat de les empreses valoren tant la formació com l'experiència o requereixen a aquests professionals un mínim de formació universitària; però l'altra meitat, valoren més l'experiència que la formació, no requereixen el mínim de formació universitària, o desconeixen l'oferta formativa. Es detecten mancances de formació sobretot a les microempreses (1 a 9 assalariats).
Pel que fa a l'oferta, tal com s'ha comentat anteriorment, predomina la formació universitària, la qual cosa és coherent amb els nivells alts de formació requerits per a aquesta categoria. En relació amb els idiomes, que tenen una importància del 8,3 per a les empreses, cal assenyalar que tots els estudis de grau analitzats inclouen assignatures obligatòries i/o optatives d'estudi d'un o més idiomes i, pel que fa als estudis de segon cicle, es pressuposa el coneixement d'idiomes. Pel que fa a la formació professional, es pot observar que hi ha un Cicle formatiu de grau superior de gestió d'allotjaments turístics. En aquest sentit, cal tenir en compte que els CFGS es consideren educació superior, juntament amb l'educació universitària i, per tant, aquesta titulació s'aproxima als graus universitaris que capaciten per a la direcció i gerència de les organitzacions, fet que pot produir certs solapaments.

2. COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING

Transversal

Ocupacions incloses (CCO 2011): aquesta categoria no té un subgrup concret tot i que es podrien considerar professionals de la publicitat i la comercialització (2651) i inclourien llocs de treball com ara els constructors de marca (*branding*), les persones responsables de màrqueting comercial i relacions públiques, de la gestió estratègica de vendes (*revenue manager*), la gestió dels canals web i mediàtics (*channel manager*) o la gestió de comunitats en línia o de xarxes socials (*community manager*).

Descripció General

Funcions

Desenvolupar les activitats de l'àrea tradicional de màrqueting i les relacionades amb el posicionament de l'empresa en el sector turístic, incloses les activitats relacionades amb Internet i les comunitats en línia (ocupacions 2.0). **Gestió de comunitats en línia**: crear, mantenir i promoure la marca i identitat digital de l'establiment d'acord amb els objectius estratègics de l'empresa i recollir i canalitzar l'opinió del client o usuari. **Gestió estratègica de vendes**: optimitzar els resultats, l'ocupació turística i el preu mitjà de l'establiment. **Direcció comercial i de màrqueting**: gestionar i supervisar les activitats de màrqueting de l'empresa, la comunicació externa i les relacions amb la premsa i els mitjans de comunicació.

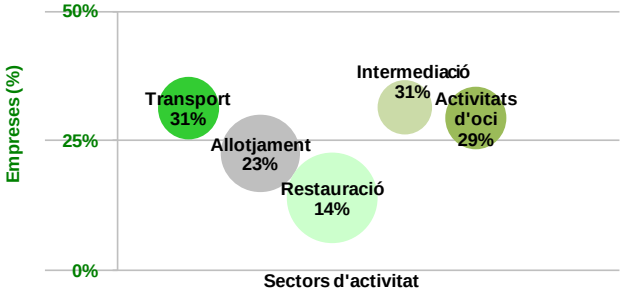
Competències transversals

Comercialització i màrqueting	Importància Mitjana	Importància Moda	Grau real Mitjana	Grau real Moda	Diferència mitjanes	Diferència modes
Atenció i servei orientat al client	9,0	10,0	8,5	10,0	**0,5**	**0,0**
Orientació vers la qualitat	8,7	10,0	8,3	8,0	**0,4**	**2,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,6	10,0	8,0	8,0	**0,6**	**2,0**
Idiomes	8,5	10,0	7,8	8,0	**0,7**	**2,0**
Iniciativa i creativitat	8,2	10,0	7,5	7,0	**0,7**	**3,0**
Direcció i lideratge	8,2	10,0	7,6	8,0	**0,6**	**2,0**
Gestió de conflictes i resolució de problemes	8,1	10,0	7,7	8,0	**0,4**	**2,0**

Competències tècniques

Comercialització i màrqueting	Importància Mitjana	Importància Moda	Grau real Mitjana	Grau real Moda	Diferència mitjanes	Diferència modes
Gestió comercial i màrqueting	8,4	10,0	7,5	8,0	**0,9**	**2,0**
Ús d'aplicacions informàtiques, recerca d' informació i xarxes socials (blogs, RSS, Twitter, Facebook, web 2.0...)	8,3	10,0	7,1	6,0	**1,3**	**4,0**
Capacitat analítica i de síntesi	8,0	10,0	6,9	6,0	**1,1**	**4,0**

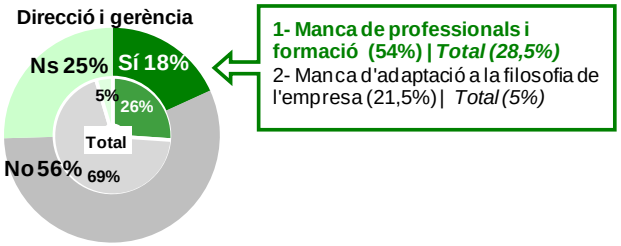
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional que comparteixen tots els sectors, però que és més freqüent a la intermediació i el transport turístic, i a les activitats d'oci i l'organització d'esdeveniments.

Dificultat de cobertura i causes

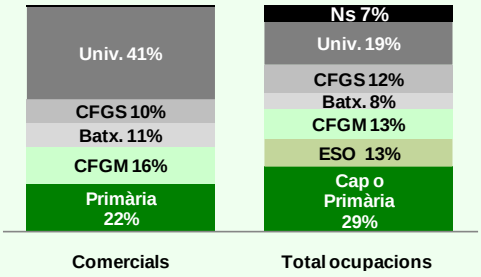


La dificultat de cobertura (18%) dels comercials i personal de màrqueting és inferior a la mitjana del conjunt de les categories (26%), i és significativa a la ciutat de Barcelona en comparació amb l'interior rural. Les causes d'aquesta dificultat són la manca de professionals i de formació, i la manca d'adaptació a la filosofia de l'empresa, entre altres.

Formació

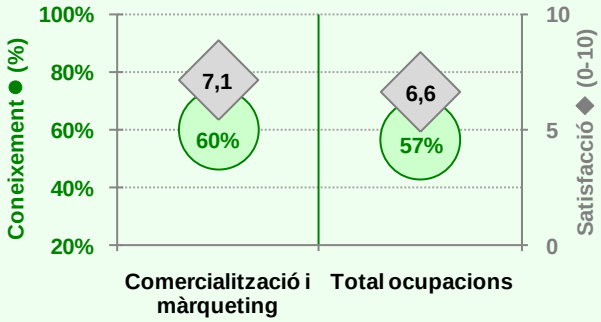
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



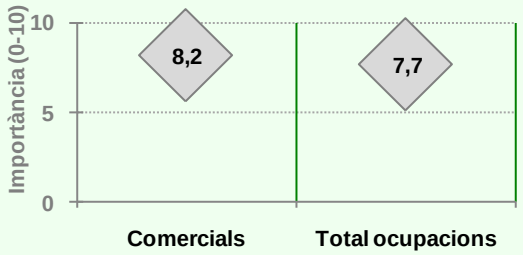
Dues de cada cinc empreses (41%) requereixen formació mínima universitària, per sobre de la mitjana del total d'ocupacions. Però n'hi ha que només requereixen primària (22%), formació professional (26%) o batxillerat (11%). Per exercir la professió es necessita formació en màrqueting, administració d'empreses, distribució i venda de productes i serveis, o en les tecnologies noves, com ara Internet i comunitats en línia.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per a comercials i personal de màrqueting (60%) supera la mitjana del coneixement de l'oferta del conjunt d'ocupacions turístiques (57%) i la satisfacció amb l'oferta formativa (7,1) també.

Importància de la formació en la selecció

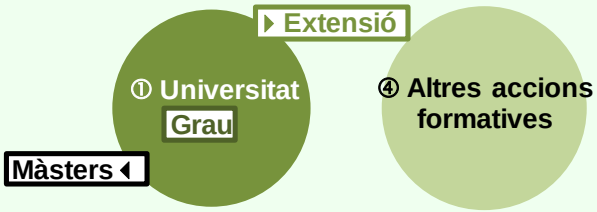


La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció és notable (8,2), per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació universitària, amb predomini dels graus, i en les altres accions formatives. De la mateixa manera que en el cas de la direcció i gerència, en la formació universitària els graus tenen un caire més genèric i les temàtiques coincideixen amb les de la categoria de direcció i gerència. Pel que fa als màsters universitaris oficials són més especialitzats, tot i que la temàtica també coincideix pràcticament amb la de direcció. En canvi, els cursos d'extensió universitària i les altres accions formatives i estan més centrats en el màrqueting, així com en les aplicacions de turisme 2.0.



Quant a la distribució territorial, l'oferta es concentra bàsicament a la capital – ciutat (18), amb una menor representació d'accions formatives al litoral (12) i a l'interior rural (4). Destaca l'elevat nombre d'accions formatives (universitàries i "altres") en línia (12).

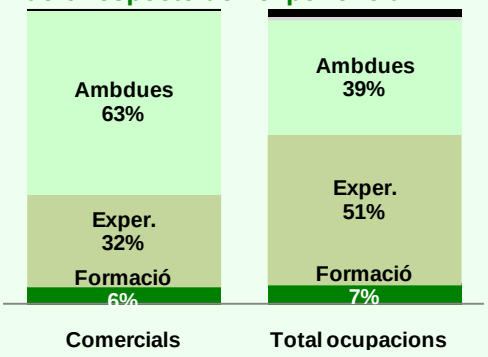
① Formació universitària

Graus	
Temàtica	**Distribució territorial**
Turisme Direcció hotelera Gestió de la innovació	6 capital - ciutat 4 litoral 2 interior rural 1 en línia

Màsters universitaris oficials	
Temàtica	**Distribució territorial**
Direcció hotelera Planificació turisme *Innovative Hospitality*	1 capital - ciutat 2 litoral

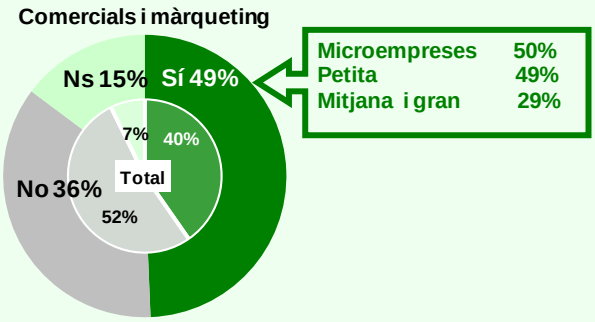
Cursos d'extensió universitària	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió hotelera *e-commerce* Promoció i publicitat turístiques	4 capital- ciutat 1 interior rural 1 en línia

Formació respecte de l'experiència



En la majoria de les empreses (el 63%) es valora tant la formació com l'experiència, ambdues són igual d'importants, 14 punts percentuals per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals.

Detecció de mancances formatives



La meitat de les empreses detecten mancances de formació entre els comercials i personal de màrqueting que són significativament menors a la mitjana i gran empresa (29%). El desconeixement de les mancances formatives és significatiu al litoral.

② Formació professional reglada

No hi ha cursos de formació professional reglada adreçats a la categoria ocupacional de comercialització i màrqueting.

③ Formació professional per a l'ocupació

No hi ha cursos de formació professional per a l'ocupació adreçats a la categoria ocupacional de comercialització i màrqueting.

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Comunicació corporativa Construcció de la marca Turisme 2.0 *Revenue management* *e - business* Creació i comercialització productes turístics Gestió de clients Direcció estratègica de màrqueting	7 capital - ciutat 1 interior rural 6 litoral 10 en línia

Altra informació rellevant

La categoria de comercials i màrqueting és una de les que presenta diferències més grans entre la importància que s'atorga a determinades competències, transversals i tècniques, com ara l'ús d'aplicacions informàtiques, la recerca d'informació i les comunitats virtuals (blogs, RSS, Twitter, Facebook, web 2.0), i el grau d'habilitat real de les persones que hi treballen. La categoria està present en tots els sectors, tot i que és poc freqüent a la restauració, i no presenta dificultats de cobertura, excepte a la ciutat de Barcelona on sembla que és més difícil trobar professionals formats o que s'adaptin a la filosofia de l'empresa. La formació es valora notablement en el procés de selecció i moltes empreses requereixen un mínim de formació universitària perquè consideren que la formació i l'experiència són igual d'importants. Tres de cada cinc empreses coneixen l'oferta formativa i la valoren de manera satisfactòria amb un notable. Les mancances formatives són menors a les mitjanes i grans empreses i desconegudes en algunes empreses del litoral.
Tal com s'ha comentat anteriorment, la formació en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació universitària i les altres accions formatives i no hi ha presència de la formació professional reglada ni de la formació professional per a l'ocupació. Cal destacar l'elevat nombre d'altres accions formatives que s'associen a aquesta categoria, les quals es configuren com a cursos d'especialització que treballen competències relacionades amb l'aplicació de les TIC en qualsevol punt de la cadena de valor de les activitats turístiques; la presa de decisions enfocada a la perspectiva comercial i de satisfacció i fidelització del client; el domini de les eines per crear relacions amb els clients; la recerca, monitorització i gestió de la reputació en línia i el màrqueting gastronòmic, entre d'altres. Aquestes competències semblen adaptar-se a les demandes que posen de manifest les empreses.

3. MANTENIMENT I NETEJA

Transversal

Ocupacions incloses (CCO 2011): aquesta categoria inclou les persones supervisores de manteniment i neteja d'hotels i oficines (5831) per tant, els /les governants/es d'hoteleria; els conserges d'edificis i similars (5833); el personal de neteja d'oficines, hotels (cambrers de planta) i altres establiments similars (9210); i els netejadors de vehicles (avions, trens, autobusos), finestres i personal similar (922).

Descripció General

Funcions

Personal de neteja: fer la neteja i posar a punt les habitacions i les àrees comunes de planta; vigilar que les instal·lacions i el mobiliari estiguin en bon estat; mantenir la roba de l'establiment i dels usuaris tenint en compte les normes de seguretat i higiene del sector. **Personal de manteniment i consergeria**: posar a punt les instal·lacions d'empreses i organitzacions turístiques; satisfer les necessitats del client pel que fa a l'assistència i la informació i aplicar les normes de qualitat de l'establiment; supervisar i garantir el correcte manteniment de les zones comunes. **Supervisió i governants/es d'hoteleria**: planificar, organitzar, dirigir i supervisar les activitats de neteja i manteniment de les plantes, habitacions, àrees de serveis i públiques; atendre les queixes i reclamacions i resoldre-les; i planificar els torns de treball.

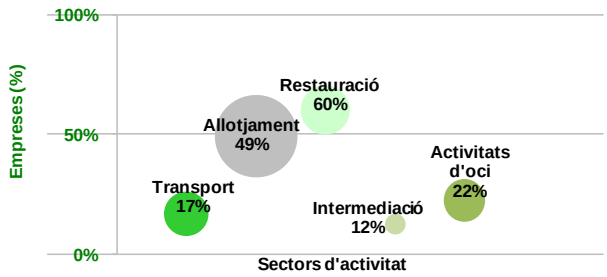
Competències transversals

	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
Supervisors i governants/es d'hoteleria	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Gestió del temps	8,9	9,0	7,8	8,0	**1,1**	**1,0**
Planificació, organització i control	8,2	9,0	7,1	8,0	**1,1**	**1,0**
Gestió del personal i coordinació d'equips	7,8	8,0	7,2	8,0	**0,6**	**0,0**
Resta de personal de manteniment i neteja						
Actitud cap a la neteja i l'ordre	9,1	10,0	8,5	9,0	**0,6**	**1,0**
Normes de seguretat i higiene	8,9	9,0	8,3	9,0	**0,6**	**0,0**
Atenció i servei orientat al client	8,9	9,0	8,5	8,0	**0,4**	**1,0**
Orientació en vers la qualitat	8,8	9,0	8,0	8,0	**0,7**	**1,0**
Treball en equip	8,5	8,0	8,1	8,0	**0,5**	**0,0**

Competències tècniques

	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
Personal de neteja	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Tècniques de neteja	8,7	10,0	8,3	8,0	**0,4**	**2,0**
Serveis personals i protocol	7,9	9,0	7,3	7,0	**0,7**	**2,0**
Personal de manteniment i consergeria						
Seguretat de les instal·lacions i del personal	9,1	9,0	8,6	9,0	**0,5**	**0,0**
Gestió d'instal·lacions, maquinària i equips	8,6	9,0	7,8	7,0	**0,9**	**2,0**

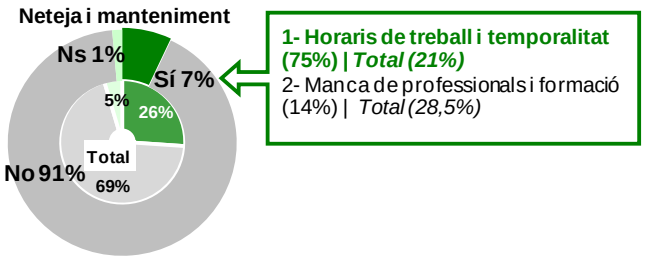
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria que comparteixen tots els sectors, però que és més freqüent a la restauració i a l'allotjament, que és el sector amb la mitjana d'assalariats més alta.

Dificultat de cobertura i causes

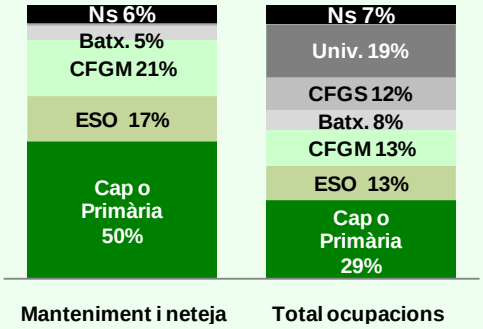


Gairebé no hi ha dificultat per cobrir els llocs de treball de personal de manteniment i neteja (7%). I en les poques empreses on hi ha dificultat per cobrir-los, les causes més freqüents són els horaris de treball i la temporalitat, tres vegades superior a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals.

Formació

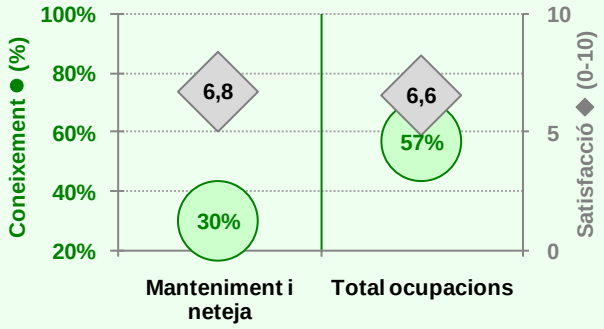
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



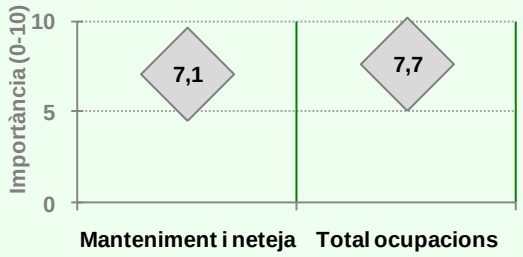
La meitat de les empreses no requereixen cap tipus de formació o només formació primària, sobretot per al personal de neteja, el doble de la mitjana del conjunt de categories. Al personal de supervisió i governants/es d'hotel se'ls requereix la formació d'ESO, formació professional de grau mitjà o batxillerat.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per al personal de neteja i manteniment (30%) és inferior a la mitjana del total d'ocupacions (57%), mentre que la satisfacció amb l'oferta formativa (6,8) és semblant a la mitjana del conjunt de categories (6,6).

Importància de la formació en la selecció

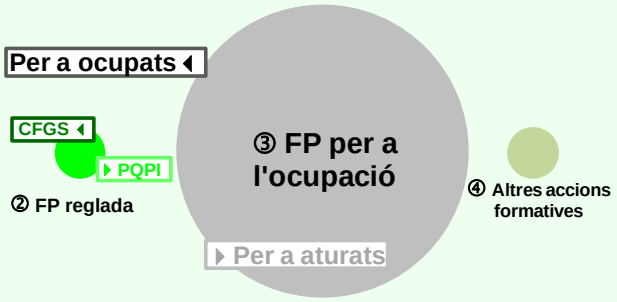


La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció del personal de manteniment i neteja és inferior (7,1) a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals (7,7) i es dóna en els supervisors i governants/es d'hotel.

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació professional per a l'ocupació, dirigida a les persones en situació d'atur i va dirigida bàsicament al personal de neteja. En canvi, pel que fa a la formació per a l'ocupació destinada a persones ocupades i les altres accions formatives, la temàtica dels cursos està més orientada als supervisors/es i governants/es d'hoteleria.



Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta es concentra bàsicament a la capital – ciutat (82), sent minoritària a la zona del litoral (13) i de l'interior rural (4). També hi ha 5 cursos en línia.

① Formació universitària

No hi ha formació universitària per al personal de manteniment i neteja.

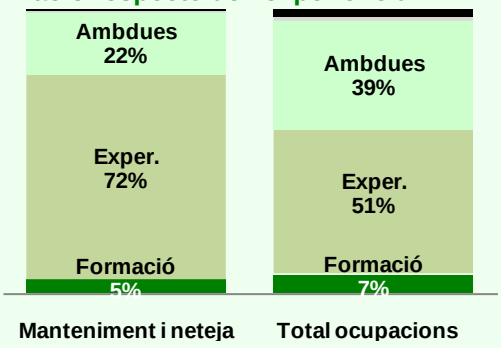
② Formació professional reglada

Programes de qualificació professional inicial (PQPI)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Auxiliar d'establiments hotelers	1 capital - ciutat 1 interior rural

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió d'allotjaments turístics	6 capital ciutat 3 litoral 2 interior rural

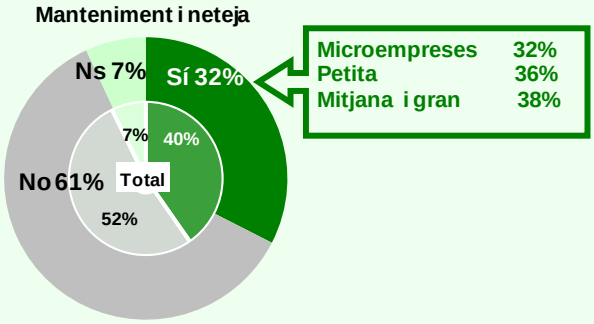
No hi ha cicles formatius de grau mitjà per a personal de manteniment i neteja.

Formació respecte de l'experiència



La majoria dels responsables de formació o recursos humans de les empreses opinen que l'experiència és més important que la formació (el 72%) en aquesta categoria, tot i que gairebé una quarta part (el 22%) afirma que ambdues són igual d'importants.

Detecció de mancances formatives



Les necessitats formatives detectades en aquesta categoria són inferiors a la mitjana del total d'ocupacions, i si es detecten, són més freqüents entre els supervisors i governants/es d'hoteleria.

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Operacions bàsiques de pisos d'allotjaments Gestió de pisos i neteja en allotjaments Llencer/a, bugader/a, planxador/a	70 capital - ciutat 4 litoral

FP per a l'ocupació destinada a ocupats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Governanta professional Regidoria de pisos Cambrer/a de pisos Atenció en pisos	3 capital - ciutat 1 litoral 1 interior rural

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió del departament de pisos Gestió del manteniment hoteler Cambrer/a de pisos	2 capital - ciutat 5 litoral 5 en línia

Altra informació rellevant

En la categoria de manteniment i neteja es detecten petites diferències entre la importància que s'atorga a determinades competències i el grau de competència del personal, sobretot en les competències pròpies del personal supervisor i els governants/es d'hotel, i en les competències relacionades amb la qualitat, el protocol i la gestió de les instal·lacions, maquinària i equips del personal de manteniment. No són llocs de treball difícils de cobrir i no hi ha requeriments de formació ja que l'experiència té molta més importància que la formació; i si n'hi ha, fins i tot en els processos de selecció de personal, se centren en les ocupacions de supervisió.

Tal com s'ha pogut observar, el nombre més elevat de cursos es troba en la categoria de la formació per a l'ocupació dirigida a persones en situació d'atur, tot i que aquesta va adreçada al personal de neteja. També hi ha un cicle formatiu de grau superior, orientat a la gestió i supervisió. Els cursos de formació professional per a l'ocupació per a persones ocupades i les altres accions formatives també se centren més en la figura dels supervisors/es i governants/es que no pas en la del personal de manteniment i conserges.

4. XEFS I CUINERS/ES

Allotjament i restauració

Ocupacions incloses (CNO 2011): caps de cuina –xefs- (3734): xefs executius, xefs pastissers, xefs salsers, segons de cuina; cuiners/es propietaris/es de restaurants (5000); cuiners/es assalariats/ades (5110): cuiners/es de menjadors d'empresa, cuiners/es de restaurants, rebosters/es – pastissers/es, pizzers/eres, caps de cambra freda i salsers/es.

Descripció General

Funcions

Preparar, condimentar i presentar plats, postres i altres menjars; supervisar la neteja de la cuina i dels utensilis; conservar i envasar aliments; col·laborar en la planificació de menús i cartes; rebre i controlar la qualitat dels aliments rebuts; controlar l'aprovisionament. **Xefs i caps de cuina:** organitzar i supervisar l'aprovisionament, preparar i presentar elaboracions culinàries complexes; degustar aliments per la seva selecció i ús; dissenyar i comercialitzar ofertes gastronòmiques, tradicionals, de cuina creativa i d'autor.

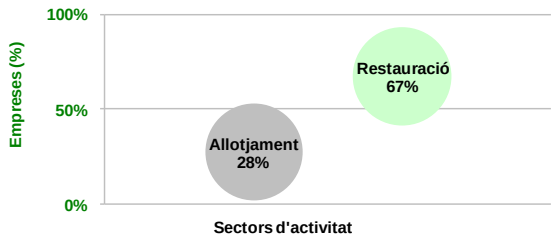
Competències transversals

	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
Xefs i/o caps de cuina	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Direcció i lideratge	9,1	10,0	8,5	8,0	**0,6**	**2,0**
Iniciativa i creativitat	9,1	10,0	8,5	8,0	**0,6**	**2,0**
Gestió de personal i coordinació d'equips	8,8	10,0	8,3	8,0	**0,4**	**2,0**
Planificació, organització i control	8,8	8,0	8,2	8,0	**0,6**	**0,0**
Xefs i cuiners/es						
Flexibilitat funcional	8,5	9,0	8,2	9,0	**0,3**	**0,0**
Escolta activa	8,4	10,0	7,9	8,0	**0,5**	**2,0**
Treball en equip	8,3	9,0	7,8	8,0	**0,5**	**1,0**
Gestió del temps	8,1	9,0	7,9	9,0	**0,2**	**0,0**
Gestió de conflictes i resolució de problemes	8,1	10,0	7,7	7,0	**0,4**	**3,0**

Competències tècniques

	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
Xefs i cuiners/es	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Normes de seguretat alimentària i higiene	9,4	10,0	8,7	10,0	**0,7**	**0,0**
Tècniques d'elaboració, manipulació, ..., d'aliments	9,1	10,0	8,4	8,0	**0,7**	**2,0**

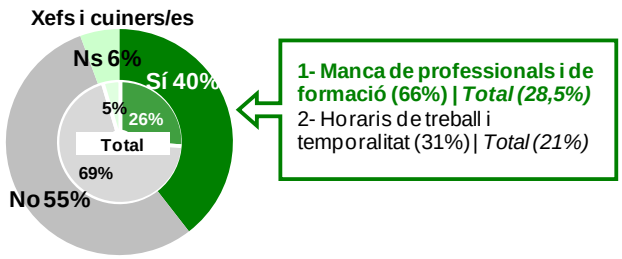
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional específica del sector de la restauració i en menor grau de l'allotjament.

Dificultat de cobertura i causes

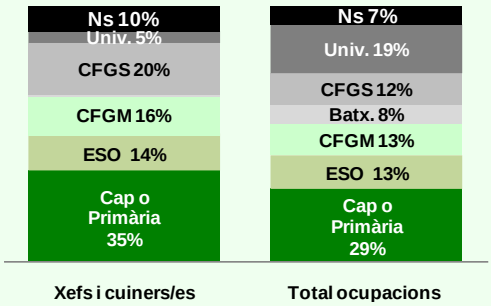


La dificultat de cobertura és superior a la mitjana del conjunt de les ocupacions d'allotjament i restauració (38%) i del total (26%).Les causes principals d'aquesta dificultat de cobertura, semblants a les del conjunt de les ocupacions, són la manca de professionals i de formació, els horaris i la temporalitat, i se situen per sobre de la mitjana del total d'ocupacions

Formació

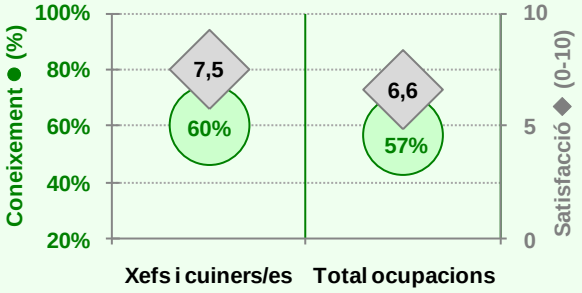
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



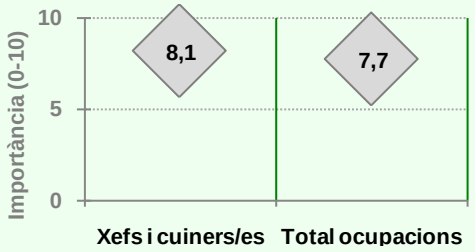
Als xefs i cuiners/es se'ls requereix formació professional (36%) amb més freqüència que al conjunt de les categories ocupacionals agrupades, sobretot FP de grau superior (20%), tot i que el percentatge de només estudis primaris o cap estudi també és alt (35%). Cal tenir en compte que per exercir les ocupacions d'aquesta categoria es necessita com a mínim el carnet de manipulador/a d'aliments, i formació específica, per a xefs i caps de cuina d'un determinat nivell.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per a xefs i cuiners/es és semblant a la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració i a la de totes les categories agrupades. Tanmateix, la satisfacció amb l'oferta formativa és més alta (0,7 i 0,9 punts respectivament).

Importància de la formació en la selecció

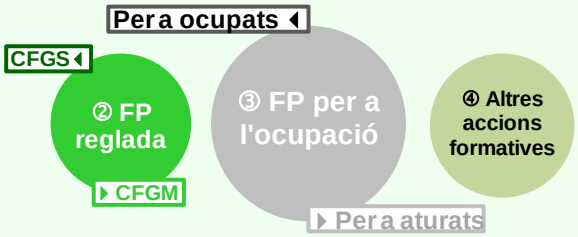


La importància de la formació en els processos de selecció de xefs i cuiners/es està 1,3 punts per sobre de la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració i 0,4 punts per sobre de la del conjunt de les ocupacions turístiques.

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra quantitativament en la formació professional per a l'ocupació, principalment la dirigida a les persones aturades, seguida de les altres accions formatives i la formació professional reglada. S'orienta fonamentalment a l'elaboració d'aliments de diferents tipus i a les tècniques culinàries.



La distribució territorial de les accions formatives és bastant equilibrada en el territori, a diferència de la resta de categories. Així, l'interior rural concentra 68 accions formatives, seguit de la zona litoral, que en concentra 57 i la capital, amb 51 accions formatives.

① Formació universitària

No hi ha formació universitària destinada a xefs i cuiners/es.

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau mitjà (CFGM)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Cuina i gastronomia Forneria, pastisseria i confiteria	8 capital - ciutat 15 interior rural 15 litoral

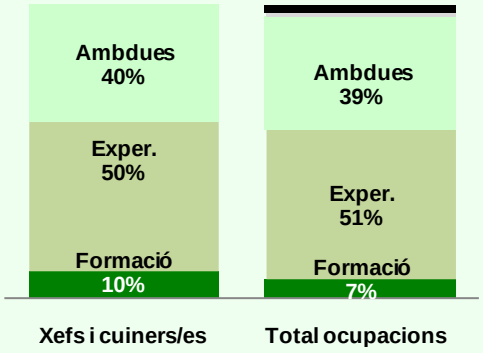
Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Restauració (a extingir) Direcció de cuina (nova 2011-12)	5 capital - ciutat 3 interior rural 6 litoral

No hi ha programes de qualificació professional inicial per a xefs i cuiners/es.

③ Formació professional per a l'ocupació

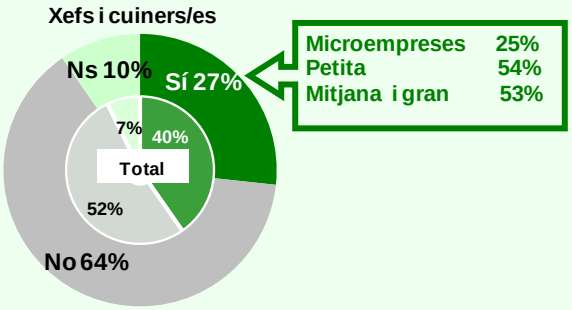
FP per a l'ocupació destinada a ocupats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Elaboració d'aliments Rebosteria - pastisseria Tècniques culinàries	8 capital - ciutat 15 interior rural 12 litoral

Formació respecte de l'experiència



La importància de la formació respecte de l'experiència en els xefs i cuiners/es és molt semblant a la de totes les ocupacions turístiques agregades. Tot i que en els xefs i cuiners/es es valora molt l'experiència, la formació, conjuntament amb l'experiència, també és important.

Detecció de mancances formatives



Les empreses detecten menys mancances formatives en xefs i cuiners/es que en el conjunt de la categoria d'allotjament i restauració (36%) i d'ocupacions turístiques (40%), sobretot, les microempreses i el litoral. No obstant això, més de la meitat de les empreses de més de 10 persones treballadores si que en detecten (el 54% de les petites empreses i el 53% de les mitjanes i grans).

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Cuina	22 interior rural 17 litoral

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Creativitat Manipulació d'aliments Seguretat alimentària Higiene alimentària Direcció de cuina Elaboració d'aliments Pastisseria	30 capital - ciutat 7 litoral 13 interior rural 1 en línia

Altra informació rellevant

Algunes empreses tenen dificultats per cobrir la categoria ocupacional de xefs i cuiners/es per manca de professionals i formació. La formació és important en els processos de selecció de xefs i cuiners/es i es coneix i es valora positivament l'oferta formativa. Cal tenir en compte, que la formació professional de grau mitjà, i sobretot, de grau superior és un requisit per a una tercera part de les empreses, i, en general, les empreses consideren la formació molt important en els processos de selecció de xefs i cuiners/es, conjuntament amb l'experiència, especialment les empreses petites (10-49) i mitjanes – grans (≥ 50) de la ciutat de Barcelona o de l'interior rural.
No obstant això, és més abundant l'oferta formativa en matèria de formació per a l'ocupació que reglada. Cal destacar la implantació el curs 2011-2012 del nou CFGS de Direcció de cuina.

5. MAÎTRES I CAMBRERS/ES

Allotjament i restauració

Ocupacions incloses (CCO 2011): cambrers/es propietaris/àries de bars i cafeteries (5000); cambrers/es assalariats/ades (5120): maîtres i sommeliers, caps de menjador, cambrers/es de barra i taula; caps de bar, bàrmans i consultors/es de begudes.

Descripció General

Funcions

Posar a punt la sala, confeccionar menús, atendre clients, informar i assessorar sobre l'oferta i facturar i cobrar. **Maîtres i caps de sala**: dirigir, gestionar i supervisar la sala, gestionar econòmicament, financera i ambiental i dissenyar, comercialitzar i assessorar sobre l'oferta. **Sommeliers**: tastar vins i begudes, dissenyar i assessorar sobre l'oferta de vins i begudes, gestionar bodegues i fer anàlisis sensorials de productes selectes.

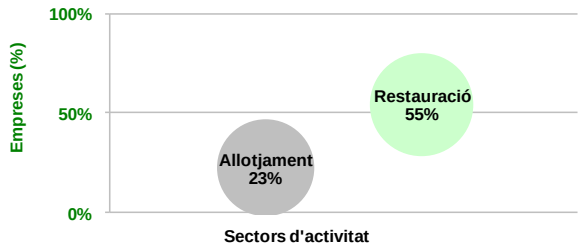
Competències transversals

	Importància		Grau real		Diferència	Diferència
Maîtres, sommeliers i caps de sala	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda	mitjanes	modes
Gestió de personal i coordinació d'equips	8,4	8,0	7,8	8,0	**0,6**	**0,0**
Planificació, organització i control	8,4	8,0	7,9	8,0	**0,5**	**0,0**
Direcció i lideratge	8,2	8,0	7,9	8,0	**0,3**	**0,0**
Iniciativa i creativitat	8,2	10,0	7,8	7,0	**0,4**	**3,0**
Maîtres i cambrers/es						
Normes de seguretat i higiene	9,1	10,0	8,9	10,0	**0,2**	**0,0**
Actitud cap a la neteja i l'ordre	8,9	10,0	8,5	8,0	**0,4**	**2,0**
Atenció i servei oriental al client	8,8	9,0	8,2	8,0	**0,5**	**1,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,7	8,0	8,4	8,0	**0,3**	**0,0**
Treball en equip	8,6	10,0	8,2	8,0	**0,4**	**2,0**
Flexibilitat funcional	8,4	8,0	8,2	8,0	**0,1**	**0,0**
Idiomes	8,1	9,0	7,2	6,0	**1,0**	**3,0**

Competències tècniques

	Importància		Grau real		Diferència	Diferència
Maîtres, sommeliers i caps de sala	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda	mitjanes	modes
Direcció, planificació, supervisió de sala i personal	8,8	8,0	8,2	8,0	**0,5**	**0,0**
Enologia, vins i altres begudes alcohòliques o no	8,5	10,0	8,1	8,0	**0,4**	**2,0**
Disseny de menús i cartes	8,3	8,0	8,0	8,0	**0,3**	**0,0**
Maîtres i cambrers/es						
Oferta gastronòmica i elaboració d'aliments	8,9	10,0	8,5	10,0	**0,4**	**0,0**
Normes de protocol i restauració	8,5	9,0	8,0	7,0	**0,5**	**2,0**

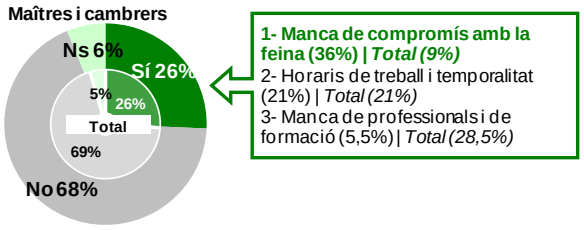
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional específica del sector de la restauració i en menor grau de l'allotjament.

Dificultat de cobertura i causes

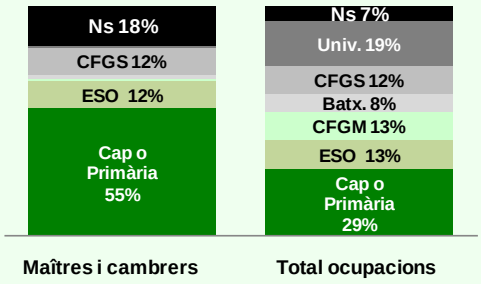


La dificultat de cobertura és inferior a la mitjana de les ocupacions d'allotjament i restauració (38%) i molt semblant a la del conjunt de les ocupacions, però hi ha diferències quant a les causes, així, la manca de compromís amb la feina és la causa més freqüent i més diferenciada respecte del conjunt de les ocupacions.

Formació

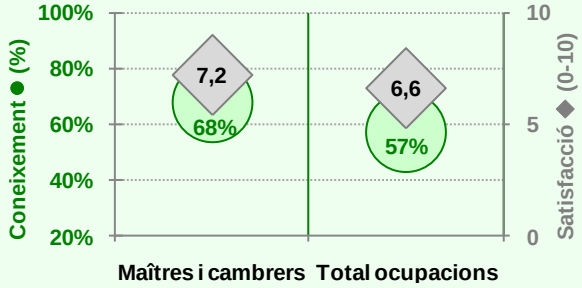
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



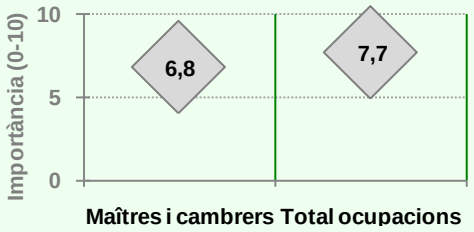
Quant als maîtres i cambrers/es, el més freqüent és que no es requereixi cap estudi o només primaris. Algunes persones entrevistades demanen l'ESO, o bé els Cicles formatius de grau superior o similar per a maîtres, sommeliers i caps de sala en empreses de més de 10 treballadors. Cal tenir en compte que, per exercir les ocupacions d'aquesta categoria, es necessita com a mínim el carnet de manipulador/a d'aliments.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa destinada a maîtres i cambrers supera el coneixement de l'oferta formativa de la categoria d'allotjament i restauració (59%) i de totes les categories agrupades (57%). En aquest sentit, la satisfacció també és més alta (0,4 i 0,6 punts respectivament).

Importància de la formació en la selecció

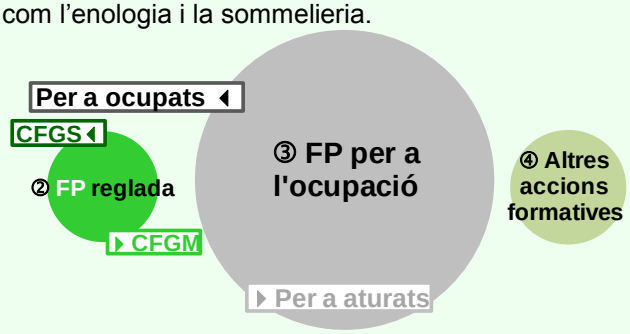


La importància de la formació en els processos de selecció de maîtres i cambrers/es és igual a la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració, i està gairebé 1 punt per sota de la del conjunt de les ocupacions turístiques.

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació professional per a l'ocupació destinada a les persones aturades. A més distància hi ha les altres accions formatives i la formació professional reglada S'orienta fonamentalment al servei i direcció en restauració i a qüestions més específiques com l'enologia i la sommelieria.



Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta és concentrada bàsicament prop de Barcelona (57 accions formatives) i, en proporció menor, al litoral (43) i l'interior rural (37).

① Formació universitària

No hi ha formació universitària destinada a maîtres i cambrers/es.

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau mitjà (CFGM)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Serveis en restauració	6 capital - ciutat 3 interior rural 6 litoral

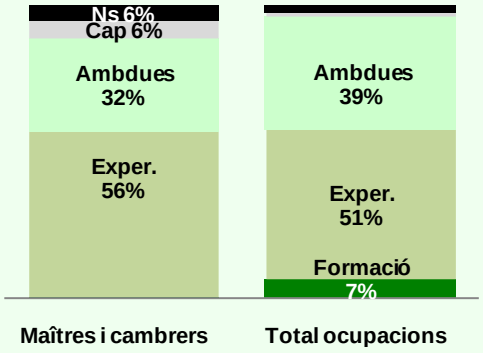
Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Restauració Direcció de serveis de restauració	5 capital - ciutat 3 interior rural 6 litoral

No hi ha programes de qualificació professional inicial per a maîtres i cambrers/es.

③ Formació professional per a l'ocupació

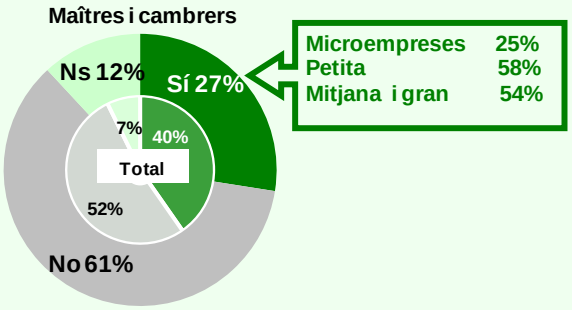
FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Serveis de bar i cafeteria Serveis de restaurant Mestre sala - maître	28 capital – ciutat 16 interior rural 26 litoral

Formació respecte de l'experiència



En els maîtres i cambrers/es es valora més l'experiència que la formació, respecte del total de les categories ocupacionals.

Detecció de mancances formatives



Les empreses detecten menys mancances formatives en maîtres i cambrers/es que en el conjunt de categories d'allotjament i restauració (36%) i del total d'ocupacions (40%). Però hi ha diferències significatives entre les microempreses i les empreses més grans (>10), ja que la petita (58%), i mitjana i gran empresa (54%) detecta més mancances formatives que la microempresa.

FP per a l'ocupació destinada a ocupats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Cocteleria Tast de vi Presentació de vins i begudes Ajudant de cuina Elaboració culinària bàsica	4 capital - ciutat 3 interior rural 2 litoral

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Tècniques de servei de restaurant Direcció de sala Sommelieria Maridatge	14 capital - ciutat 12 interior rural 3 litoral

Altra informació rellevant

L'ocupació de maîtres i cambrers/es no és de difícil cobertura, i cal posar de manifest, tal com es desprèn del resultat de l'enquesta, que més de la meitat de les empreses (el 55%) consideren que les ocupacions de la categoria no requereixen cap estudi o només estudis primaris per exercir la professió.
En canvi, l'oferta formativa existent per aquesta categoria ocupacional conté un nombre considerable d'accions formatives de formació professional per a l'ocupació (70), en menor grau de formació professional reglada (29), així com un nombre elevat d'altres accions formatives (29). Cal tenir en compte però, que la durada i el contingut curricular dels cicles de FP inicial són més amplis que les accions formatives d'FP per a l'ocupació.
No obstant això, la categoria de maîtres i cambrers/es és molt heterogènia i més d'una de cada 10 empreses demanen un nivell mínim de cicle formatiu de grau superior. Pel que fa a la valoració i els requeriments de formació i a la detecció de mancances formatives, s'observen diferències entre les ocupacions de cambrers/es d'una banda, i les de maîtres (caps de sala) i sommeliers de l'altra, així com, entre les microempreses, i les empreses de més de 10 treballadors, atès que més de la meitat de les empreses més grans (>10 treballadors) sí detecten necessitats de formació.

6. AUXILIARS DE CUINA I SALA

Allotjament i restauració

Ocupacions incloses (CCO 2011): ajudants de cuina (9310); marmitons, ajudants de rebosteria i neteja plats; preparadors/es de menjar ràpid (9320), com ara hamburgueses, sandvitxos, pizzes i kebabs.

Descripció General

Funcions

Auxiliars de cuina: preelaborar aliments, preparar i presentar elaboracions culinàries senzilles i assistir en la preparació d'elaboracions més complexes, aplicant operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes. **Auxiliar de sala**: assistir en el servei, preparar i presentar begudes senzilles i menjars ràpids, aplicar operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes.

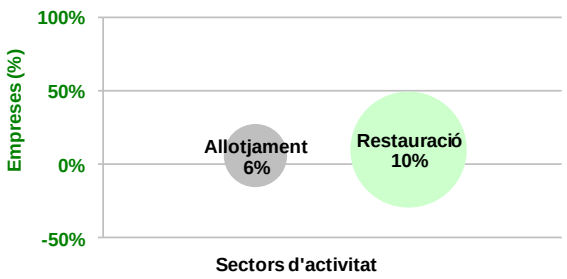
Competències transversals

Auxiliars de cuina i sala	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Flexibilitat funcional	9,6	10,0	9,2	10,0	**0,4**	**0,0**
Treball en equip	9,0	10,0	8,6	8,0	**0,4**	**2,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	9,6	10,0	8,9	10,0	**0,7**	**0,0**
Atenció i servei orientat al client	9,5	10,0	8,8	10,0	**0,7**	**0,0**
Actitud cap a la neteja i l'ordre	9,6	10,0	8,6	10,0	**1,0**	**0,0**
Normes de seguretat i higiene	9,3	9,0	8,3	6,0	**1,0**	**3,0**

Competències tècniques

Auxiliars de cuina i sala	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes	9,6	10,0	8,0	8,0	**1,6**	**2,0**

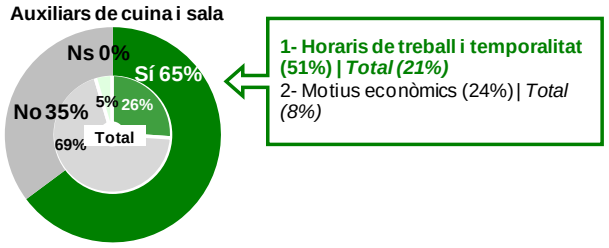
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional poc freqüent i absorbida per altres categories com ara els cuiners/es o cambrers/es. Les ocupacions de la categoria són específiques del sector de la restauració i en menor grau de l'allotjament.

Dificultat de cobertura i causes

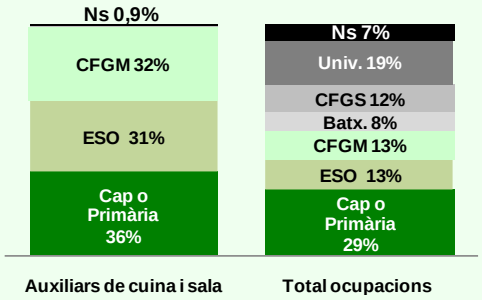


La dificultat de cobertura és 12 punts percentuals superior a la mitjana de les ocupacions de la categoria d'allotjament i restauració, i dos vegades i mitja superior a la del conjunt de les ocupacions. La causes principals d'aquesta dificultat de cobertura són: els horaris de treball i la temporalitat (en percentatges que doblen el conjunt de les ocupacions) i, a més distància, els motius econòmics i els salaris alts (en percentatges que tripliquen la mitjana de les categories ocupacionals agregades).

Formació

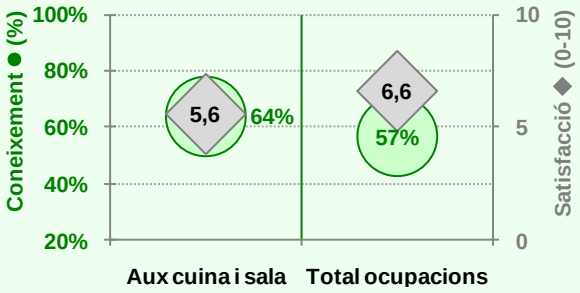
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



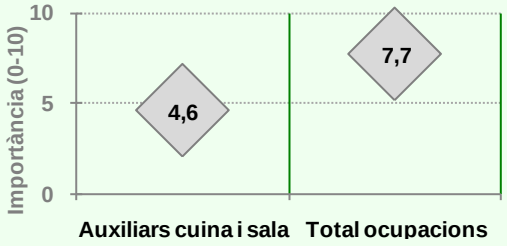
Als auxiliars de cuina i sala se'ls requereix com a màxim el nivell de formació professional de grau mitjà. El més freqüent és que no se'ls requereixi cap tipus de formació o estudis primaris, però una de cada tres empreses requereix una formació mínima d'ESO o formació professional de grau mitjà (CFGM). Per exercir les ocupacions d'aquesta categoria es necessita com a mínim el carnet de manipulador/a d'aliments.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per a auxiliars de cuina i sala (64%) és superior a la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració (59%) i a la de totes les categories agrupades (57%). La satisfacció amb l'oferta formativa supera l'aprovat, però se situa 1,2 punts per sota de la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració, i 1 punt per sota de la mitjana del total d'ocupacions.

Importància de la formació en la selecció

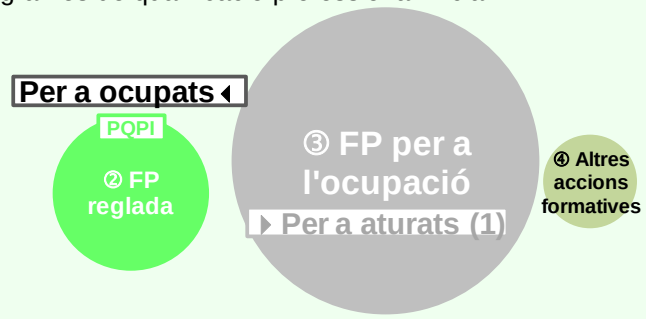


La importància de la formació en els processos de selecció és molt baixa, no supera el 5 i se situa 2,2 punts per sota de la categoria d'allotjament i restauració (6,8), i 3,1 punts per sota del total.

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació professional per a l'ocupació,[1] principalment la dirigida a les persones treballadores en situació d'atur. Pel que fa a la formació professional reglada, només s'han identificat programes de qualificació professional inicial.



(1) Atès l'elevat nombre de cursos de formació per a l'ocupació (224), la proporció de l'esfera corresponent a aquest tipus de formació no és exacta amb el nombre de cursos.

Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta formativa es concentra a Barcelona (101) i al litoral (96), tot i que a l'interior rural també hi ha un nombre considerable de cursos (60), els quals es concentren en la formació professional per a l'ocupació dirigida a les persones en situació d'atur.

① Formació universitària

No hi ha formació universitària destinada a auxiliars de cuina i sala.

② Formació professional reglada

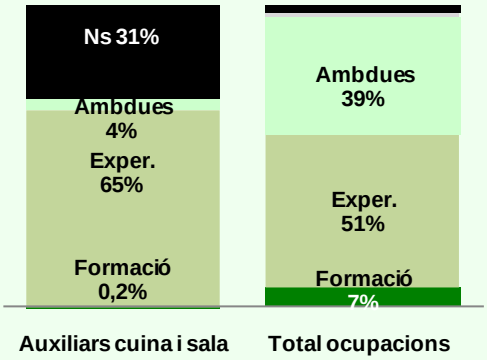
Programes de qualificació professional inicial (PQPI)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Auxiliar cuina i serveis restauració	17 capital - ciutat 6 interior rural 9 litoral

No hi ha cicles formatius de grau mitjà ni de grau superior per a la categoria d'auxiliars de cuina i sala.

③ Formació professional per a l'ocupació

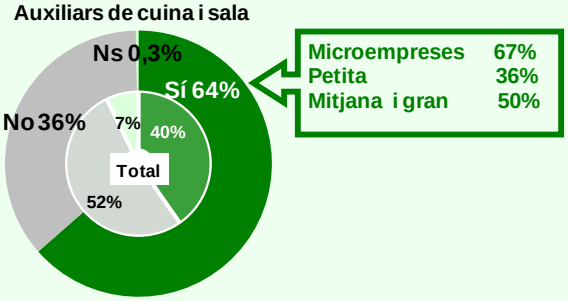
FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Operacions bàsiques de cuina Auxiliars de cuina i sala	83 capital - ciutat 52 interior rural 82 litoral
FP per a l'ocupació destinada a ocupats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Operacions bàsiques de cuina Ajudant de cuina	2 interior rural 5 litoral

Formació respecte de l'experiència



L'experiència és més valorada que la formació en les ocupacions de la categoria d'auxiliars de cuina i sala, per sobre de la mitjana de totes les ocupacions turístiques agregades. La formació no es considera gaire important. Destaca que una de cada tres empreses no sap què és més important si l'experiència o la formació.

Detecció de mancances formatives



Les empreses detecten més mancances de formació en els auxiliars de cuina i sala que en la mitjana de la categoria d'ocupacions d'allotjament i restauració (36%) i la del conjunt d'ocupacions turístiques, concretament, les microempreses, però significativament al litoral (89%),en comparació amb l'interior rural (50%).

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Ajudant cambrer	1 capital - ciutat

Altra informació rellevant

La dificultat de cobertura és més alta que en altres ocupacions d'allotjament i restauració. Algunes empreses requereixen un nivell d'estudis mínim d'educació secundària obligatòria o cicle formatiu de grau mitjà, probablement als auxiliars de cuina, ja que a la majoria dels cambrers no se'ls demana cap nivell de formació o només primària, i conseqüentment, als auxiliars de sala tampoc. Cal tenir en compte que s'atorga molt poca importància a la formació en els processos de selecció, el 4,6 de mitjana en una escala que va de del 0 al 10, molt per sota de la importància atorgada als cambrers (6,6) i als cuiners (8,1). S'observa una contradicció entre la detecció de necessitats formatives (el 64%), la importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció (4,6), i la importància que té l'experiència (65%) i la formació (0,2%).
L'oferta formativa existent en aquesta categoria també es concentra en nivells d'estudis baixos, i una dada remarcable és l'elevat nombre de cursos dirigits a persones en situació d'atur, la qual cosa contrasta amb la poca importància atorgada a la formació que han posat de manifest les empreses enquestades

7. RECEPCIÓ

Allotjament i restauració

Ocupacions incloses (CCO 2011): caps de recepció; recepcionistes d'hotel (4422), allotjament o establiment que garanteixen la correcta acollida i atenció al client, així com la presentació i la informació dels serveis de l'establiment; ordenances i grums (9431) i mossos d'equipatge i similars(9432).

Descripció General

Funcions

Grums i mossos: transportar l'equipatge i les maletes dels clients a l'hotel, les estacions de tren, els aeroports i similars. **Recepcionistes:** rebre i registrar els clients en hotels i allotjaments, assignar-los habitació, lliurar les claus; informar sobre els serveis de l'establiment; reservar habitacions; mantenir un registre de les habitacions disponibles; fer la factura i cobrar als clients. **Caps de recepció**: planificar, organitzar i supervisar la tasca de la recepció en hotels i allotjaments; atendre i solucionar les demandes i queixes dels clients.

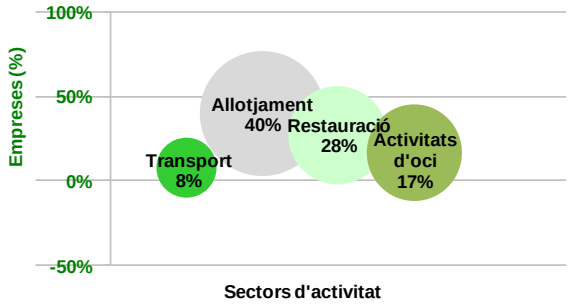
Competències transversals

Caps de recepció	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Gestió de conflictes i resolució de problemes	8,6	8,0	7,9	7,0	**0,7**	**1,0**
Gestió de personal i coordinació d'equips	8,6	8,0	7,8	8,0	**0,7**	**0,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,5	8,0	7,9	8,0	**0,6**	**0,0**
Planificació, organització i control	8,5	8,0	8,0	8,0	**0,5**	**0,0**
Direcció i lideratge	8,1	8,0	8,0	8,0	**0,2**	**0,0**
Iniciativa i creativitat	8,1	8,0	7,7	8,0	**0,5**	**0,0**
Personal de recepció						
Atenció i servei orientat al client	8,8	8,0	8,4	8,0	**0,4**	**0,0**
Orientació envers la qualitat	8,7	9,0	8,3	8,0	**0,4**	**1,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,5	8,0	7,9	8,0	**0,6**	**0,0**
Idiomes	7,9	8,0	7,4	8,0	**0,5**	**0,0**

Competències tècniques

Caps i personal de recepció	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Ús de sist. informàtics: reserves, facturació, divises, ofimàt.	8,8	9,0	8,4	8,0	**0,4**	**1,0**
Comptabilitat i administració bàsica	8,6	8,0	8,2	8,0	**0,4**	**0,0**
Comercialització i màrqueting	8,5	8,0	7,5	8,0	**1,0**	**0,0**
Informació turística i serveis locals	9,0	9,0	9,0	10,0	**0,1**	**-1,0**

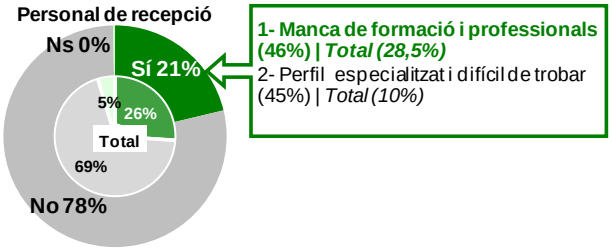
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional del sector de l'allotjament i la restauració, i en menor grau, de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, i el transport.

Dificultat de cobertura i causes

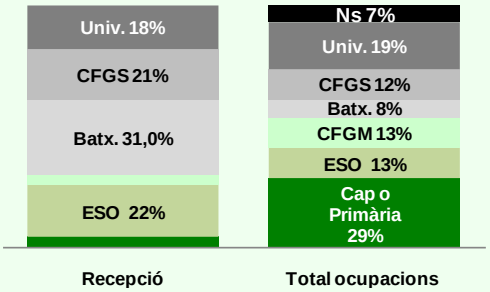


La dificultat de cobertura és la més baixa del conjunt de la categoria d'allotjament i restauració i inferior a mitjana de la categoria (38%) i del total (26%). Les causes d'aquesta dificultat, sobretot a l'interior rural, són: la manca de formació i professionals –en percentatges que doblen el total d'ocupacions- i la dificultat per trobar un perfil especialitzat concret –en percentatges que multipliquen per cinc el del total de les ocupacions- tal com s'observa al gràfic.

Formació

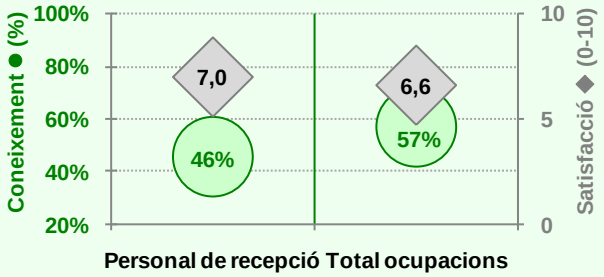
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



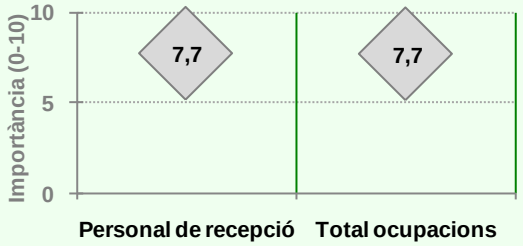
Al personal de recepció se'ls requereix com a mínim, Educació Secundària Obligatòria (ESO), i com a màxim, estudis universitaris. El més freqüent és que se'ls requereixi batxillerat (el 31%), però també ESO, formació professional de grau superior (CFGS) o estudis universitaris, Per exercir de cap de recepció i recepcionista s'exigeix, en general, formació específica de l'àmbit turístic i idiomes.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per al personal de recepció és inferior a la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració (59%) i a la de totes les categories agrupades. No obstant això, els que la coneixen, gairebé la meitat, la valoren positivament amb un notable (7), per sobre de la mitjana de la categoria (6,8) i del total d'ocupacions (6,6).

Importància de la formació en la selecció

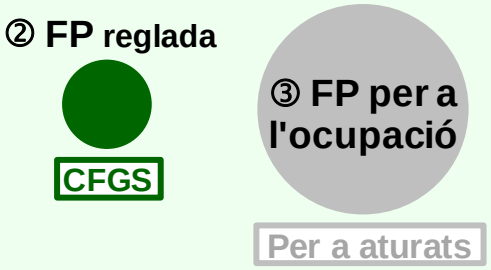


La importància de la formació en els processos de selecció del personal de recepció es superior a la mitjana de la categoria d'allotjament i restauració (6,8) i igual a la mitjana de totes les ocupacions.

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació professional per a l'ocupació dirigida a persones en situació d'atur i la seva temàtica versa sobre recepció en allotjaments. També hi ha un cicle formatiu de grau superior sobre gestió d'allotjaments turístics.



Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta està concentrada a la capital ciutat (29). A la zona del litoral només s'han detectat 7 accions formatives i a l'interior rural, dues.

① Formació universitària

No hi ha formació universitària destinada al personal de recepció.

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió d'allotjaments turístics	6 capital - ciutat 3 litoral 2 interior rural

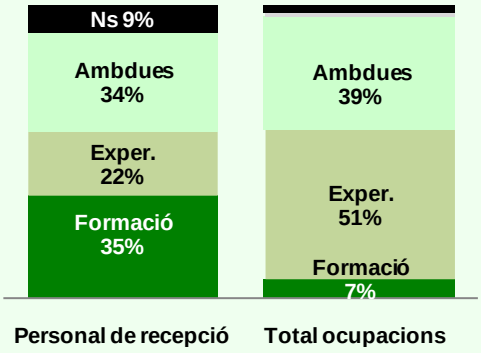
No hi ha programes de qualificació professional inicial ni cicles formatius de grau mitjà per al personal de recepció.

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Recepció en allotjaments	23 capital - ciutat 4 litoral

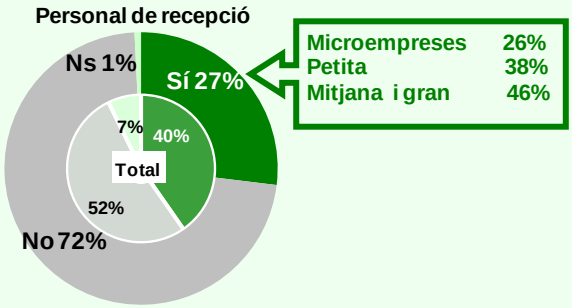
No hi ha cursos FP per a l'ocupació destinats a persones ocupades.

Formació respecte de l'experiència



Al contrari que en la resta d'ocupacions d'allotjament i restauració, la formació del personal de recepció és més valorada que l'experiència (el 35%), més d'1/4 part per sobre de la mitjana de totes les ocupacions turístiques. El percentatge de persones entrevistades que valoren ambdues per igual (el 34%), és semblant al del total de les categories ocupacionals (el 39%).

Detecció de mancances formatives



Les empreses detecten menys mancances de formació en el personal de recepció que en el conjunt d'ocupacions turístiques de l'allotjament i la restauració (36%) i del total (40%). Les empreses que detecten més mancances de formació són les mitjanes i grans empreses, gairebé la meitat (el 46%).

④ Altres accions formatives

No s'han detectat cursos dirigits a personal de recepció en la categoria d'altres accions formatives.

Altra informació rellevant

A diferència d'altres categories ocupacionals de l'allotjament i la restauració, aquesta categoria es troba també, però en menor grau, en el sector de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments i en el del transport turístic. Els requeriments de formació són de més nivell: el nivell de formació universitària o de formació professional de grau superior és requerit en llocs de treball de caps de recepció i recepcionistes, ja que als grums i mossos no se'ls exigeix cap formació específica. S'observa que les mancances formatives són inferiors al conjunt d'ocupacions i es concentren en les empreses de més de 10 treballadors i les dificultats de cobertura també i es concentren a l'interior rural.
Malgrat els requeriments de formació per part de les empreses, en l'anàlisi de l'oferta formativa d'aquesta categoria ocupacional no s'han detectat cursos de formació universitària específica, a banda del grau de turisme, i només s'ha detectat un cicle formatiu de grau superior impartit per 12 centres. El gruix més important d'accions formatives es troba, tal com es pot observar a l'anàlisi anterior, a la formació per a l'ocupació dirigida a persones en situació d'atur.

8. ANIMACIÓ TURÍSTICA

Intermediació i acompanyament turístic

Ocupacions incloses (CCO 2011): monitors d'activitats recreatives i d'entreteniment i similars (3724); empleats d'agències de viatges (4421). Inclou els animadors socioculturals i d'entreteniment, animadors turístics, monitors de temps lliure, guies d'activitats d'aventura. I també, caps d'animació, animadors de vetllades i espectacles, animadors turístics infantils, animadors d'hotel, monitors d'esports i d'activitats d'aventura.

Descripció General

Funcions

Organitzar festes i altres esdeveniments lúdics d'entreteniment. Executar i dinamitzar jocs i activitats físiques i recreatives, així com activitats d'animació cultural. Planificar (hora, lloc i desenvolupament de l'activitat, entre altres) i fer el seguiment de resultats de les activitats realitzades.

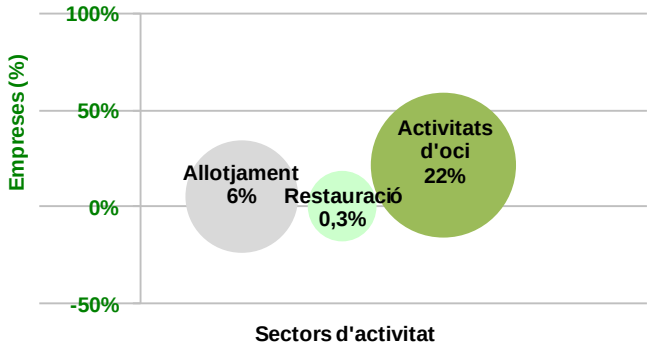
Competències transversals

Animació turística	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,9	10,0	8,4	8,0	**0,6**	**2,0**
Direcció i lideratge	8,9	10,0	8,6	7,0	**0,3**	**3,0**
Iniciativa i creativitat	8,8	9,0	8,6	8,0	**0,2**	**1,0**
Atenció i servei orientat al client	8,6	10,0	8,4	8,0	**0,2**	**2,0**
Planificació, organització i control	8,5	8,0	8,0	8,0	**0,5**	**0,0**
Idiomes	8,2	10,0	7,9	8,0	**0,3**	**2,0**
Comercialització i màrqueting	7,3	10,0	6,7	8,0	**0,5**	**2,0**

Competències tècniques

Animació turística	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Psicologia de grups (dinàmica de grups, comport. humà...)	9,5	10,0	9,4	10,0	**0,2**	**0,0**
Meteorologia, seguretat i primers auxilis	9,4	10,0	9,1	10,0	**0,3**	**0,0**

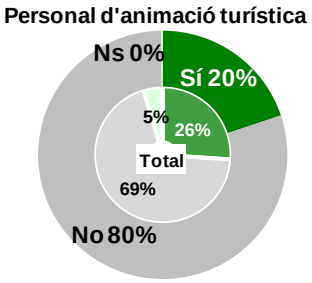
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional pròpia de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments però que comparteix en menor grau el sector de l'allotjament, i en alguns casos, la restauració.

Dificultat de cobertura i causes

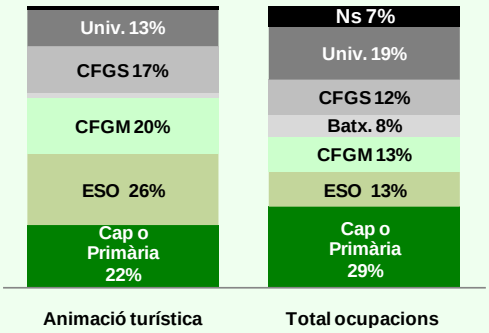


La dificultat de cobertura (el 20%) és inferior a la mitjana de la categoria d'intermediació i acompanyament turístic (el 33%) i 6 punts percentuals inferior a la mitjana del total de les categories ocupacionals turístiques (el 26%).

Formació

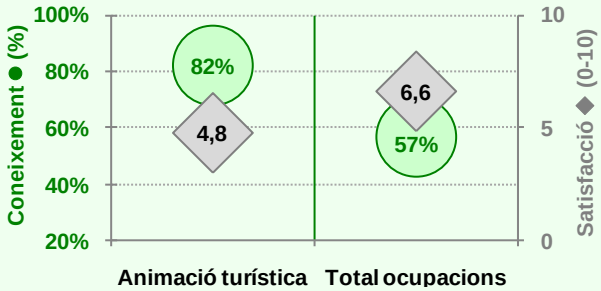
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



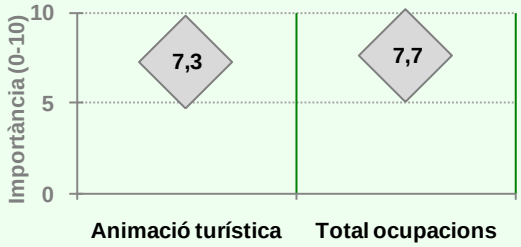
Una quarta part de empreses requereixen com a mínim formació en ESO, el doble que la requerida per al conjunt de les categories ocupacionals. La formació professional de grau superior, i sobretot, la de grau mitjà, es demana en percentatges que també superen el conjunt. Tanmateix, hi ha algunes empreses que requereixen o bé estudis universitaris o bé cap o primaris.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per al personal d'animació turística és superior a la mitjana de la categoria d'intermediació (61%) i a la de totes les ocupacions. No obstant això, la valoració no arriba a l'aprovat (4,8) i se situa per sota de la mitjana del grup (6,2) i del total de categories (6,6).

Importància de la formació en la selecció



La importància de la formació en els processos de selecció del personal d'animació turística se situa una mica per sota de la mitjana de les ocupacions del grup d'intermediació i acompanyament turístic (8,0) i de la de totes les ocupacions turístiques agrupades (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en els cicles formatius de grau superior i en l'FP per a l'ocupació dirigida a persones en situació d'atur. La temàtica va orientada a l'animació turística i a la conducció d'activitats fisicoesportives en el medi natural.

Pel que fa a la distribució territorial, la majoria de les accions formatives es concentren a la zona del litoral (24) i a l'interior rural (22). A la capital se n'han detectat 13.

① Formació universitària

No hi ha formació universitària destinada a l'animació turística.

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Animació turística Animació activitats fisicoesportives	9 interior rural 9 litoral 8 capital ciutat

Cicles formatius de grau mitjà (CFGM)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Conducció activitats fisicoesportives medi natural	1 interior rural

No hi ha programes de qualificació professional inicial destinats a la categoria d'animació turística.

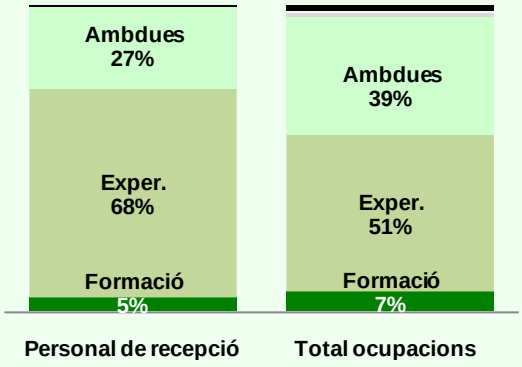
③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Animació turística	14 litoral 5 capital ciutat

④ Altres accions formatives

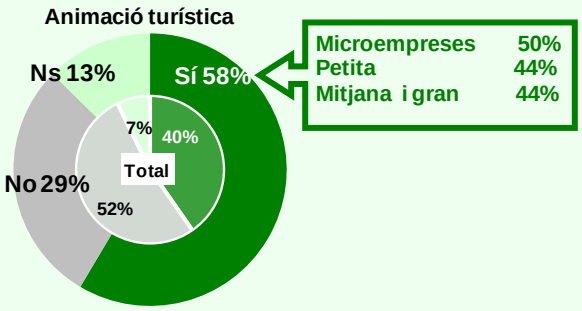
Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Animació turística	1 interior rural

Formació respecte de l'experiència



En dues de cada tres empreses (el 68%), es valora més l'experiència d'haver treballat en animació turística que la formació. I en gairebé una de cada tres empreses (el 27%) ambdues, l'experiència i la formació.

Detecció de mancances formatives



Tres de cada cinc empreses detecten mancances de formació. Les empreses detecten més mancances de formació en el personal d'animació turística que en el conjunt d'ocupacions del grup d'intermediació i acompanyament turístic (54%) i el total d'ocupacions turístiques (58%).

Altra informació rellevant

Tot i que l'oferta formativa per al personal d'animació turística es coneix bé, la valoració no és positiva, no assoleix l'aprovat i es detecten mancances formatives. La formació es valora amb un 7,3 sobre 10 en els processos de selecció, per sota del 8 de mitjana del grup d'ocupacions d'intermediació i acompanyament turístic. De fet, la meitat de les empreses requereixen un mínim de formació professional (el 37%) o universitària (el 13%); no obstant això, valoren més l'experiència que la formació en aquesta categoria ocupacional, per sobre del conjunt de les ocupacions.

Tal com s'ha pogut observar, l'oferta formativa es concentra en els cicles formatius de grau superior. En relació amb aquests, cal assenyalar que durant el curs 2012-2013 està previst que s'implanti un nou títol de tècnic superior en animació sociocultural i turística, el qual substitueix els títols fins ara vigents en animació sociocultural i en animació turística.

9. GUIATGE TURÍSTIC

Intermediació i acompanyament turístic

Ocupacions incloses (CCO 2011): empleats d'informació a l'usuari en oficines de turisme o similar (4411); acompanyants turístics (5823), com ara, acompanyants de viatge turístic, assistents/es acompanyants de grup turístic, *tour leaders* i guies de ruta turística; guies de turisme (5825), com per exemple, guies locals de turisme, guies de museu, o guies de parc natural.

Descripció General

Funcions

Interpretar el patrimoni i béns d'interès cultural, espais naturals i altres recursos turístics d'una determinada zona a turistes i visitants. Comercialitzar productes, serveis i destins turístics locals. Comunicar-se en anglès i/o altres llengües estrangeres a nivell d'usuari competent en els serveis d'informació i guia turístic.
Guies turístics/ques: prestar i gestionar serveis d'acompanyament i assistència a turistes i visitants i dissenyar itineraris turístics.

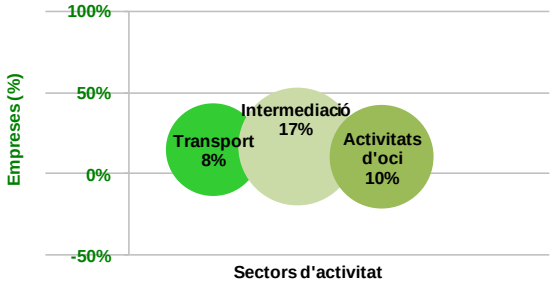
Competències transversals

Guiatge turístic	Importància Mitjana	Importància Moda	Grau real Mitjana	Grau real Moda	Diferència mitjanes	Diferència modes
Atenció i servei orientat al client	8,9	10,0	8,6	10,0	**0,3**	**0,0**
Idiomes	8,8	10,0	7,9	10,0	**0,9**	**0,0**
Planificació, organització i control	8,8	10,0	8,6	9,0	**0,2**	**1,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,5	9,0	8,3	9,0	**0,2**	**0,0**
Iniciativa i creativitat	8,4	8,0	8,6	8,0	**-0,2**	**0,0**
Direcció i lideratge	8,3	9,0	8,4	9,0	**0,0**	**0,0**
Gestió de personal i coordinació d'equips	8,0	8,0	8,0	10,0	**0,0**	**-2,0**
Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació	8,0	10,0	7,4	10,0	**0,6**	**0,0**
Comercialització i màrqueting	7,7	9,0	7,5	10,0	**0,3**	**-1,0**

Competències tècniques

Guiatge turístic	Importància Mitjana	Importància Moda	Grau real Mitjana	Grau real Moda	Diferència mitjanes	Diferència modes
Disseny d'itineraris turístics	8,7	10,0	8,5	10,0	**0,2**	**0,0**
Patrimoni i béns d'interès cultural d'una zona turística	8,4	8,0	8,1	8,0	**0,4**	**0,0**

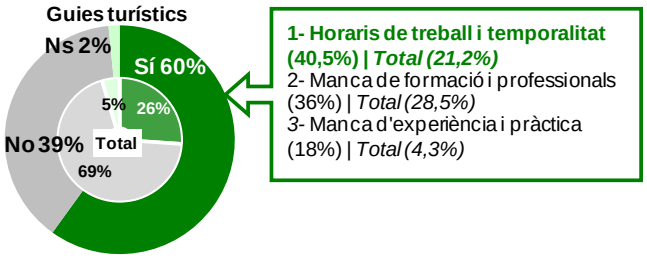
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional freqüent al sector de la intermediació turística, però també a les activitats d'oci i organització d'esdeveniments i en percentatge inferior, al sector del transport turístic.

Dificultat de cobertura i causes

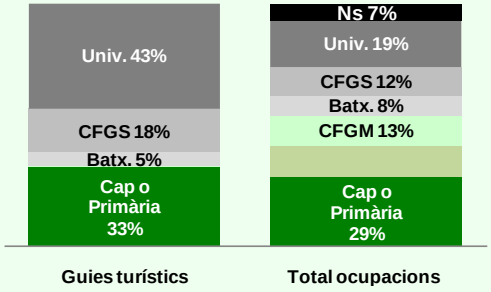


La dificultat de cobertura dobla la mitjana de les ocupacions d'intermediació turística (33%), i amb escreix, la del total de les categories ocupacionals. Les causes principals són, en primer lloc, la temporalitat i els horaris de treball, el doble que la mitjana del conjunt de les categories, i en segon lloc, la manca de formació i professionals. Cal tenir en compte que el 58% dels guies turístics són professionals autoocupats.

Formació

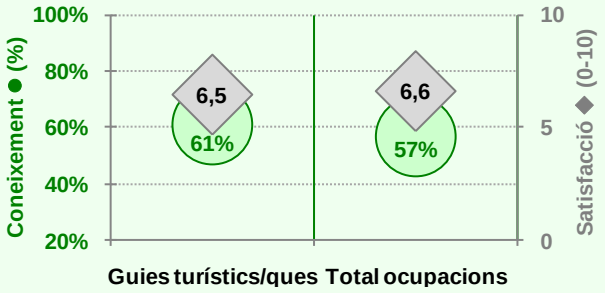
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



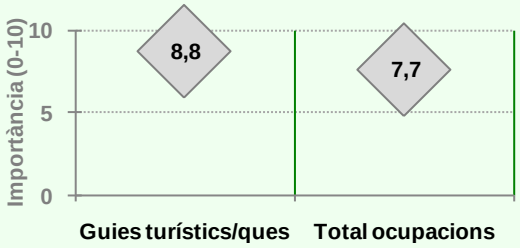
El 43% de les empreses requereixen un mínim de formació universitària i el 18% FP de grau superior. No obstant, una de cada tres empreses no requereixen formació o només primària, possiblement pels llocs d'informació. Destacar que es necessita formació de guia i informador turístic.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per als guies turístics/ques és igual a la mitjana del grup d'ocupacions d'intermediació i acompanyament turístic, i una mica superior a la del conjunt d'ocupacions turístiques. La valoració de l'oferta formativa per a guies turístics supera l'aprovat amb el 6,5, i se situa per sobre de la nota mitjana del grup d'intermediació (6,2) i gairebé al mateix nivell que la del total d'ocupacions (6,6).

Importància de la formació en la selecció

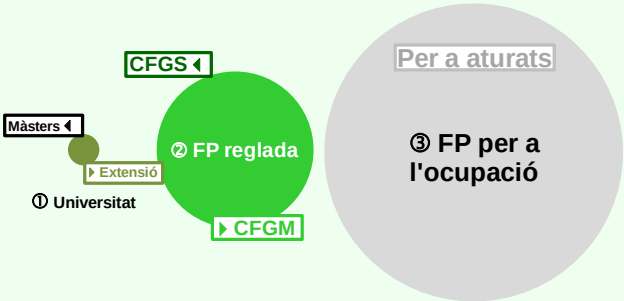


La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció és molt alta, de gairebé 9 sobre 10, la més alta del conjunt de categories ocupacionals incloses en l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic i supera la mitjana del grup (8,0) i de totes les ocupacions turístiques agrupades (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en termes quantitatius en la formació professional per a l'ocupació, principalment la dirigida a les persones en situació d'atur, seguida de la formació professional reglada. Pel que fa a la formació universitària, no s'han detectat graus destinats als/les guies turístics/es, tot i que si s'han identificat dos màsters i dos cursos d'extensió universitària.



Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta es concentra a la capital ciutat (87), seguida de l'interior rural i a la zona litoral (ambdós casos amb 33 accions formatives). En aquesta categoria ocupacional s'han identificat tres cursos en línia, en l'àmbit de la educació universitària.

① Formació universitària

Màsters universitaris oficials	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió de destinacions i equipaments d'oci i turisme Turisme cultural	1 capital ciutat 1 litoral 1 en línia

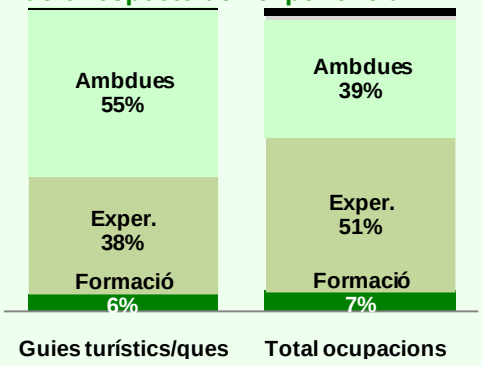
Cursos d'extensió universitària	
Temàtica	**Distribució territorial**
Turisme cultural Paisatges turístics i noves tecnologies	1 interior rural 2 en línia

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau mitjà (CFGM)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Conducció d'activitats físicoesportives medi natural	5 capital ciutat 19 interior rural 8 litoral

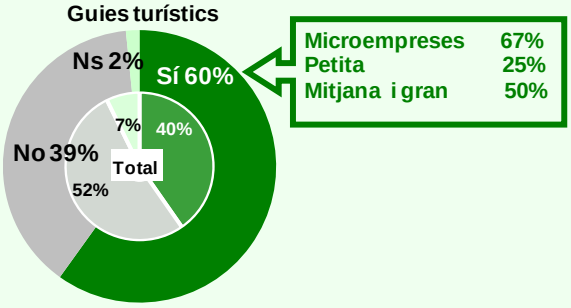
Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Guia, informació turística i assistència turística	10 capital ciutat 4 litoral 3 interior rural

Formació respecte de l'experiència



En més de la meitat de les empreses o professionals (el 55%) es valora la combinació de la formació amb l'experiència, per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals. De totes maneres, l'experiència és més valorada que la formació en gairebé 2 de cada 5 empreses (el 38%), possiblement per cobrir llocs de treball d'informador/a en empreses que no requereixen nivells alts de formació (batxillerat, CFGS o universitària).

Detecció de mancances formatives



Dues de cada tres empreses detecten mancances de formació entre els guies turístics/ques, sobretot, els guies turístics que treballen per compte propi i les microempreses de menys de 10 persones empleades de l'interior rural i el litoral.

No hi ha programes de qualificació professional inicial per a guies turístics.

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Guia de ruta Promoció turística local i informació al visitant	71 capital ciutat 10 interior rural 20 litoral

④ Altres accions formatives

No hi ha cursos d'altres accions formatives dins d'aquesta categoria ocupacional.

Altra informació rellevant

Més de la meitat dels guies turístics són persones autoocupades, i possiblement han sobrevalorat el grau de competència en alguns àmbits, ja que sembla que estiguin sobrequalificats en algunes competències, com ara les de coordinació, iniciativa i comercials. De fet, és la categoria ocupacional on la formació en els processos de selecció és més important i on els requeriments d'estudis universitaris o de formació professional superen la mitjana, tot i que en els processos de selecció es valora tant la formació com l'experiència, i on la pràctica i l'experiència tenen molta importància. Les dificultats de cobertura estan relacionades amb la temporalitat i la preparació. Cal recordar que la categoria de guiatge inclou també els dinamitzadors de turisme cultural, els guies d'espais culturals i els informadors turístics.
En aquesta categoria s'ha identificat accions formatives d'àmbit universitari (2 màsters i 2 cursos d'extensió universitària), la qual cosa és coherent amb els requeriments manifestats per les empreses. Tanmateix, també es considerable el nombre de cursos pertanyents a la formació professional reglada, si bé hi ha un nombre més considerable pel que fa a la formació per a l'ocupació dirigida a persones en situació d'atur

10. AGENTS D'INTERMEDIACIÓ

Intermediació i acompanyament turístic

Ocupacions incloses (CCO 2011): empleats d'agències de viatges (4421), és a dir, tècnics/ques de venda en agència de viatges, tècnics/ques de productes en agència de viatges, empleats de viatges en una companyia aèria. Complementen aquesta categoria, les ocupacions d'agents de compravenda telemàtica, que es poden considerar ocupacions emergents, i els caps de reserves.

Descripció General

Funcions

Gestionar unitats d'informació i distribució de serveis turístics; elaborar i organitzar viatges combinats, excursions i desplaçaments, o productes similars; gestionar esdeveniments; vendre productes, serveis turístics i viatges i facilitar informació sobre aquests; desenvolupar la gestió econòmica i administrativa, presencial i telemàtica, de les agències de viatges.

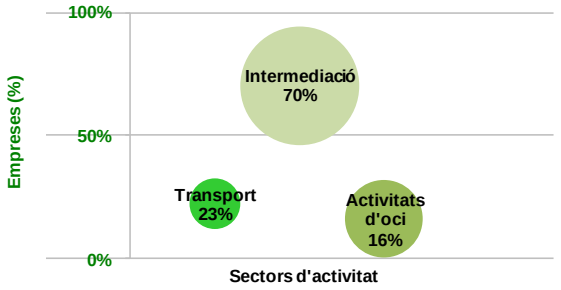
Competències transversals

Agents d'intermediació	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Atenció i servei orientat al client	9,0	9,0	8,6	9,0	**0,4**	**0,0**
Gestió de conflictes i resolució de problemes	8,8	9,0	8,2	8,0	**0,6**	**1,0**
Planificació, organització i control	8,6	8,0	8,0	8,0	**0,6**	**0,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,6	8,0	8,1	8,0	**0,5**	**0,0**
Polivalència	8,6	8,0	8,2	8,0	**0,4**	**0,0**
Idiomes	7,8	10,0	7,0	9,0	**0,8**	**1,0**

Competències tècniques

Agents d'intermediació	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Coneixement de geografia, història i cultura	8,7	9,0	8,1	8,0	**0,6**	**1,0**
Productes i serveis de l'oferta turística	8,7	9,0	8,4	8,0	**0,3**	**1,0**
Gestió comercial i màrqueting, promoció i venda	8,7	8,0	7,9	8,0	**0,8**	**0,0**
Gestió pressupostària, comptable i estadística	8,0	8,0	7,3	6,0	**0,6**	**2,0**
Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació	7,8	8,0	7,3	8,0	**0,4**	**0,0**

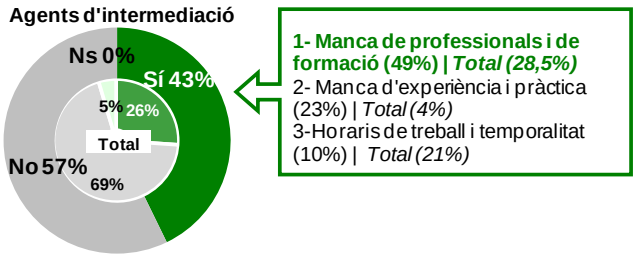
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional molt freqüent al sector de la intermediació turística, i en percentatge inferior, al sector del transport turístic, seguit del sector d'activitats d'oci i organització d'esdeveniments, tot i que ocupa més persones que el transport turístic.

Dificultat de cobertura i causes

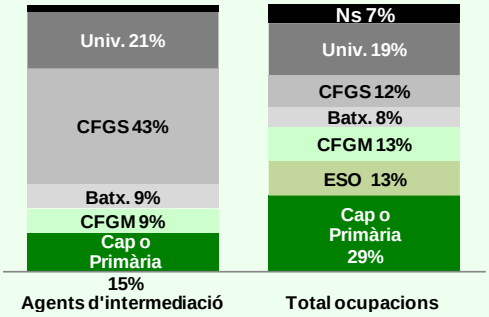


La dificultat de cobertura és superior a la mitjana de la categoria d'intermediació i acompanyament turístic (33%) i a la del total d'ocupacions. Les causes principals són, en primer lloc, la manca de professionals i de formació; en segon lloc, la manca d'experiència i pràctica, que multiplica per sis la mitjana del conjunt d'ocupacions; i, en tercer lloc, els horaris de treball i la temporalitat, però en percentatge inferior a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals.

Formació

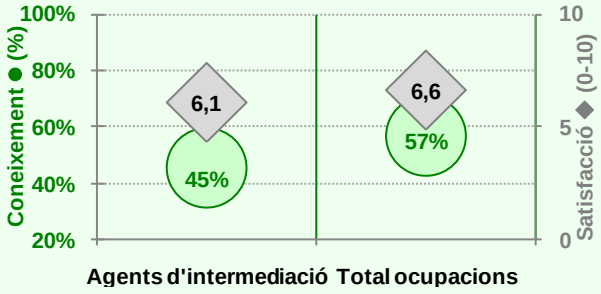
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



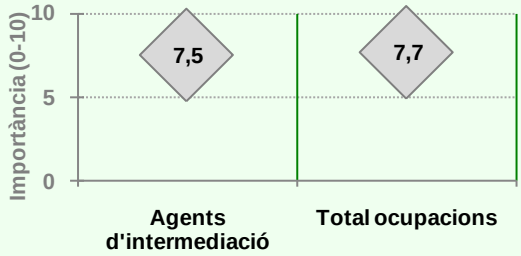
Dues de cada cinc empreses requereixen un mínim de FP de grau superior (el 43%), quatre vegades més que la mitjana del conjunt de categories ocupacionals. I, una de cada cinc, requereixen formació universitària (el 21%). Per aquesta categoria cal formació específica en turisme.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa destinada als agents d'intermediació no supera el 50% i és inferior a la mitjana del grup d'intermediació i acompanyament turístic (61%) i a la total. La valoració de l'oferta formativa, tot i que supera l'aprovat (6,1) s'assembla a la del grup (6,2) i és inferior a la del total del les ocupacions turístiques (6,6).

Importància de la formació en la selecció

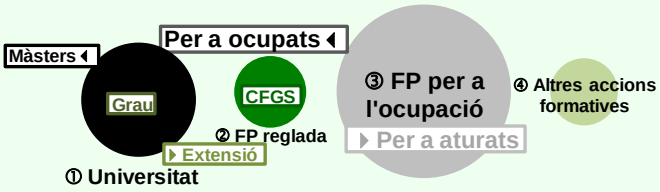


La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció és notable, una mica inferior a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals incloses en l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic (8,0) però semblant a la mitjana de totes les categories ocupacionals (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en aquesta categoria ocupacional es concentra en la formació professional per a l'ocupació, dirigida a les persones en situació d'atur. La formació universitària, la formació professional reglada i les altres accions formatives tenen un nombre de cursos similar.



Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta es concentra bàsicament a la capital – ciutat (54), sobretot pel que fa als cursos de formació professional dirigits a persones en situació d'atur. A l'interior rural i al litoral s'han detectat 16 accions formatives en ambdós casos, així com s'han identificat dues accions formatives a distància i una en línia.

① Formació universitària

Graus	
Temàtica	**Distribució territorial**
Turisme Gestió turística i hotelera	6 capital - ciutat 1 interior rural 4 litoral 1 en línia 1 a distància

Màsters universitaris oficials	
Temàtica	**Distribució territorial**
Innovació de la gestió turística Gestió de destinacions Turisme cultural	1 capital - ciutat 2 litoral

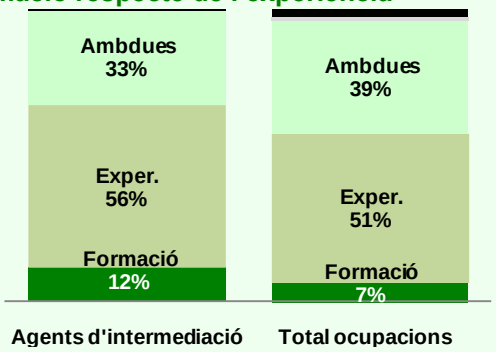
Cursos d'extensió universitària	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió i assessorament agències de viatge Destinacions	4 capital – ciutat 1 interior rural 1 a distància

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Agències de viatges i gestió d'esdeveniments	9 capital - ciutat 3 interior rural 4 litoral

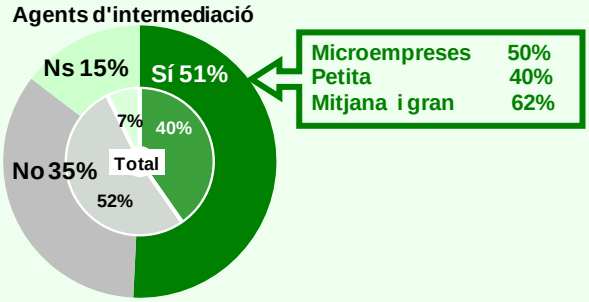
No hi ha programes de qualificació professional inicial ni cicles formatius de grau mitjà per a agents d'intermediació.

Formació respecte de l'experiència



Més de la meitat de les empreses (el 56%) valora més l'experiència que la formació, per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals. Tot i això, la formació és més important que l'experiència per al 12% de les empreses, per sobre de la mitjana del total de categories ocupacionals (7%).

Detecció de mancances formatives



La meitat de les empreses detecten mancances de formació entre els agents d'intermediació, per sota de la mitjana del grup d'intermediació (54%) i per sobre de la mitjana del total d'ocupacions turístiques, sobretot en els que treballen en empreses mitjanes i grans, i de manera significativa, en les empreses situades a la capital – ciutat, és a dir, a l'àrea de Barcelona (el 82%), en contraposició amb l'interior rural on gairebé no se'n detecten (el 29%).

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Creació i gestió viatges combinats i esdeveniments Venda de productes i serveis turístics Agent desenvolupament turístic	31 capital - ciutat 5 litoral

FP per a l'ocupació destinada a ocupats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Desenvolupament i dinamització àmbit rural	1 interior rural

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Disseny itineraris turístics Eines i canals electrònics	3 capital - ciutat 10 interior rural 1 litoral

Altra informació rellevant

Les dificultats de cobertura de la categoria d'agents d'intermediació són per manca de professionals i formació, i de pràctica i experiència. De fet, la formació es considera important en els processos de selecció, tot i que per sota de la mitjana de les ocupacions d'intermediació i acompanyament turístic. Tot i que la valoració de la formació supera la mitjana del total d'ocupacions, en més de la meitat de les empreses l'experiència es considera més important. En general, la formació mínima requerida és l'FP de grau superior i els estudis universitaris, però hi ha cert desconeixement de l'oferta formativa per als agents d'intermediació. Es detecten mancances formatives a les empreses mitjanes i grans de Barcelona.

Pel que fa a l'oferta formativa, destaquen els cursos adreçats a persones en situació d'atur, tot i que també hi ha formació universitària, formació professional reglada i altres accions formatives. Pel que fa a la formació professional reglada, està prevista la implantació d'un nou títol per al curs 2012-2013 de tècnic especialista en agències de viatge. D'altra banda, també cal destacar que el cicle formatiu de grau superior d'agències de viatges i gestió d' esdeveniments i el curs de formació professional per l'ocupació de creació de viatges combinats i esdeveniments té com a destinataris tant els agents d'intermediació com els organitzadors d'esdeveniments. Per últim, assenyalar que als cursos de la categoria "altres accions formatives" es desenvolupen competències específiques per a determinats productes (com els trens turístics) o aplicacions informàtiques.

11. ORGANITZACIÓ D'ESDEVENIMENTS

Intermediació i acompanyament turístic

Ocupacions incloses (CCO 2011): organitzadors de conferències i esdeveniments (3532), és a dir, persones que s'encarreguen d'organitzar i coordinar conferències i esdeveniments, com ara seminaris, funcions i banquets; i planificadors de conferències. També s'inclou en aquesta categoria l'ocupació de cap del departament de congressos, incentius, grups i organització d'esdeveniments.

Descripció General

Funcions

Promoure conferències, convencions i fires comercials a clients potencials. Organitzar i coordinar els serveis, com ara, els relacionats amb les instal·lacions de les conferències, els expositors, els equips audiovisuals i informàtics, la restauració, l'allotjament, el transport, les activitats socials per als participants i les prestacions logístiques per als exhibidors.

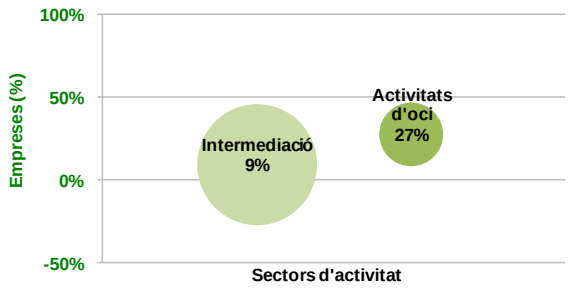
Competències transversals

Organitzadors/es d'esdeveniments	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Planificació, organització i control	8,7	10,0	8,3	10,0	0,5	0,0
Iniciativa i creativitat	8,7	10,0	8,0	9,0	0,7	1,0
Polivalència	8,7	10,0	8,8	10,0	-0,2	0,0
Atenció i servei orientat al client	8,6	10,0	8,1	10,0	0,5	0,0
Idiomes	8,6	10,0	8,4	10,0	0,2	0,0
Comercialització i màrqueting	8,5	10,0	7,9	7,0	0,6	3,0
Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació	8,4	10,0	7,9	7,0	0,5	3,0
Gestió de conflictes i resolució de problemes	8,4	10,0	7,1	7,0	1,3	3,0
Comunicació, persuasió i relacions públiques	8,0	8,0	7,7	10,0	0,4	-2,0

Competències tècniques

Organitzadors/es d'esdeveniments	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Productes i serveis d'esdeveniments i actes públics	8,4	10,0	7,8	8,0	0,6	2,0
Protocol en esdeveniments i actes públics	8,2	10,0	7,8	7,0	0,3	3,0

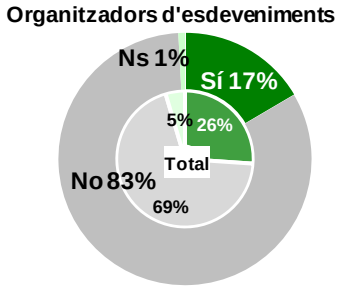
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional pròpia del sector de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments (27%), i, en menor grau, del sector de la intermediació (9%), tot i que la intermediació turística ocupa més persones de mitjana.

Dificultat de cobertura i causes

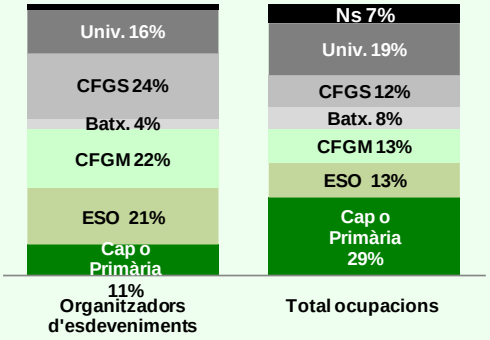


Aquesta categoria ocupacional no és difícil de cobrir. La dificultat de cobertura dels llocs de treball relacionats amb el personal d'organització d'esdeveniments és inferior a la mitjana de les categories del grup d'intermediació i acompanyament turístic (33%) i a la mitjana del conjunt de les categories ocupacionals.

Formació

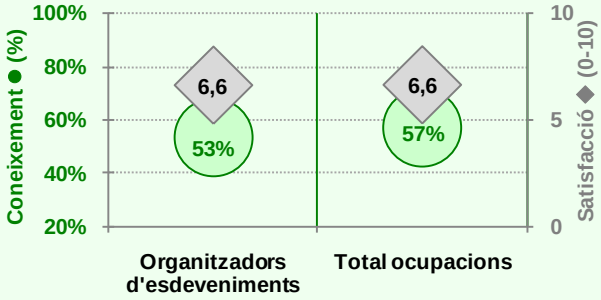
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



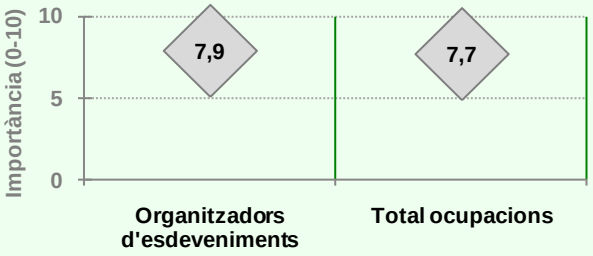
Els requeriments mínims de formació són força heterogenis, els percentatges d'empreses que requereix formació professional de grau superior (24%), grau mitjà (22%) o ESO (21%) són superiors a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per al personal organitzador d'esdeveniments és una mica inferior a la mitjana del conjunt de categories d'intermediació i acompanyament turístic (61%) i a la del total d'ocupacions, però la valoració de l'oferta formativa supera la del grup (6,2) i iguala la del total d'ocupacions (6,6).

Importància de la formació en la selecció



La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció és notable i semblant a la mitjana del conjunt de categories ocupacionals incloses en l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic (8) i una mica superior a la mitjana de totes les categories ocupacionals (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa amb més cursos en aquesta categoria ocupacional és la universitària, seguida de la formació professional reglada. Dins de la formació universitària, la temàtica dels graus és de caire més transversal, si bé els màsters universitaris i els cursos d'extensió universitària es focalitzen més en competències pròpies dels organitzadors/es d'esdeveniments, com ara, la planificació i organització, la comunicació i el protocol.

Pel que fa a la distribució territorial, l'oferta està concentrada principalment a la zona de la capital – ciutat (29), seguida del litoral (12) i, en darrer lloc, l'interior rural (5). També s'han detectat quatre accions formatives en línia i una a distància.

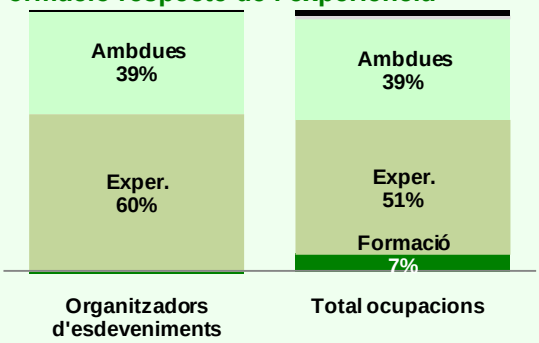
① Formació universitària

Graus	
Temàtica	**Distribució territorial**
Turisme Gestió turística i hotelera Gestió de l'oci	6 capital - ciutat 1 interior rural 4 litoral

Màsters universitaris oficials	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió i organització esdeveniments Elaboració de projectes d'oci innovadors	1 litoral

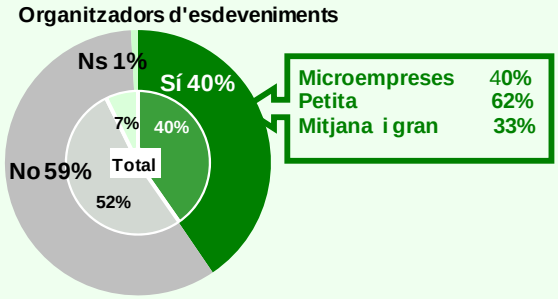
Cursos d'extensió universitària	
Temàtica	**Distribució territorial**
Gestió i organització d'esdeveniments Planificació i organització congressos Comunicació Relacions públiques Protocol Direcció i consultoria turística	4 capital - ciutat 1 interior rural 4 en línia 1 a distància

Formació respecte de l'experiència



En tres de cada cinc empreses (el 60%), es valora més l'experiència que la formació, per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals. No obstant això, dues de cada cinc empreses (el 39%) opinen que tan la formació com l'experiència són igual d'importants.

Detecció de mancances formatives



Les mancances de formació detectades són inferiors a la mitjana de les categories d'intermediació i acompanyament turístic i semblants a la del conjunt de categories ocupacionals. Dues de cada cinc empreses (el 40%) detecten mancances de formació entre el personal organitzador d'esdeveniments, sobretot en el personal d'empreses petites (10-49 persones assalariades).

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Agències de viatges i gestió d'esdeveniments	9 capital - ciutat 3 interior rural 4 litoral

No hi ha programes de qualificació professional inicial ni cicles formatius de grau mitjà per a organitzadors d'esdeveniments.

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Creació i gestió de viatges combinats i esdeveniments	9 capital - ciutat

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Organització de congressos, fires i banquets	1 capital - ciutat
Organització de casaments	3 litoral

Altra informació rellevant

La distància entre la importància i el grau d'assoliment de les competències pròpies dels organitzadors/es d'esdeveniments és considerable, sobretot quant a la gestió de conflictes i la resolució de problemes. Les ocupacions de la categoria no són difícils de cobrir. La formació mínima requerida és heterogènia però destaca la formació professional de grau superior, grau mitjà i l'ESO. La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció és notable però, en general, es valora més l'experiència, i les mancances formatives són inferiors a la mitjana del grup d'intermediació i acompanyament turístic, i del total d'ocupacions. Tot i que només el 16% de les empreses requereixen estudis universitaris, l'oferta formativa més abundant és la universitària. Alguns dels cursos d'extensió universitària identificats formen part d'un màster i la universitat ofereix la possibilitat de cursar determinades assignatures que integren titulacions preestablertes. Per exemple, en el cas de la diplomatura en Gestió i organització d'esdeveniments-Turisme de negocis, impartida per l'escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera (adscrita a la UAB), s'ofereixen cursos de 5 crèdits ECTS (*European Credit Transfer System*), com ara el curs en organització d'esdeveniments corporatius i de comunicació, i en organització d'esdeveniments socials. Pel que fa a la formació professional, cal assenyalar que el cicle formatiu de grau superior d'agències de viatges i gestió d'esdeveniments i el curs de formació professional per a l'ocupació de creació de viatges combinats i esdeveniments, tenen com a destinataris tant els organitzadors d'esdeveniments com els agents d'intermediació.

12. ASSISTÈNCIA TURÍSTICA

Intermediació i acompanyament turístic

Ocupacions incloses (CCO 2011): auxiliars de vol i cambrers d'avió, vaixell i tren (5821), és a dir, personal que atén passatgers així com els caps de cabina de passatgers i els majordoms de vaixell; hostesses de terra (5824), com ara, hostes i hostesses en fires i congressos i auxiliars de congressos i exposicions.

Descripció General

Funcions

Acollir, rebre i acomiadar el client o usuari; informar el client o usuari dels serveis dels quals disposa; facturar els passatgers, els equipatges, les mercaderies i el correu; fer operacions d'embarcament i desembarcament de passatgers i solucionar els problemes dels passatgers en trànsit i altres incidències de viatge. Combinar i servir aliments preparats i begudes. **Auxiliars de vol i altres mitjans de transport**: acollir el passatge, comprovar el bitllet o targeta d'embarcament i conduir-lo al seient o camarot; anunciar, explicar i fer demostracions de seguretat i emergència; orientar i ajudar el passatge i seguir els procediments d'emergència i prestar primers auxilis als passatgers. **Auxiliars de congressos i hostes/ses de terra**: registrar l'assistència dels participants en esdeveniments i assistir clients o usuaris en els desplaçaments.

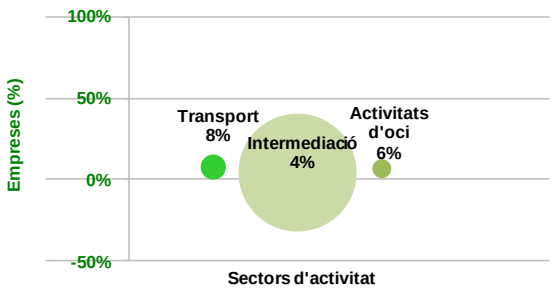
Competències transversals

Assistència turística	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Treball en equip	9,5	10,0	9,3	10,0	**0,2**	**0,0**
Comunicació, persuasió i relacions públiques	9,3	10,0	9,2	10,0	**0,1**	**0,0**
Atenció i servei orientat al client	9,2	9,0	9,1	9,0	**0,1**	**0,0**
Normes de seguretat i higiene	9,0	10,0	8,9	10,0	**0,1**	**0,0**
Idiomes	8,8	9,0	8,7	9,0	**0,2**	**0,0**
Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació	8,4	7,0	8,1	10,0	**0,2**	**-3,0**

Competències tècniques

Assistència turística	Importància		Grau real		Diferència mitjanes	Diferència modes
	Mitjana	Moda	Mitjana	Moda		
Gestió d'emergències, salvament i primers auxilis	9,2	10,0	9,0	10,0	**0,2**	**0,0**
Característiques específiques dels mitjans de transport	8,6	10,0	8,5	10,0	**0,1**	**0,0**

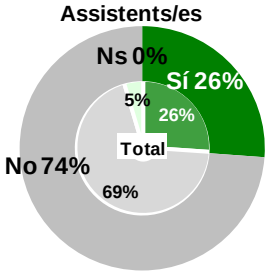
Sectors amb la categoria ocupacional



Nota: les freqüències observades són inferiors a les esperades atès que en els perfils polivalents, sobretot a la microempresa, només s'ha considerat l'activitat professional principal que desenvolupen. El diàmetre representa la mitjana de llocs de treball.

Categoria ocupacional que comparteixen el sector del transport, les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, i la intermediació turística en menor grau, tot i que amb més persones ocupades de mitjana.

Dificultat de cobertura i causes

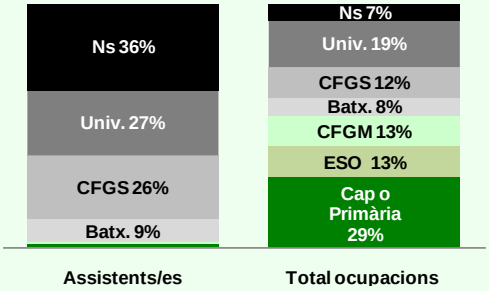


Aquesta categoria ocupacional no és difícil de cobrir. La dificultat de cobertura dels llocs de treball relacionats amb la categoria d'assistència turística situa per sota de la mitjana de les categories d'intermediació i acompanyament turístic (33%) i és igual a la mitjana del conjunt de les categories ocupacionals (26%).

Formació

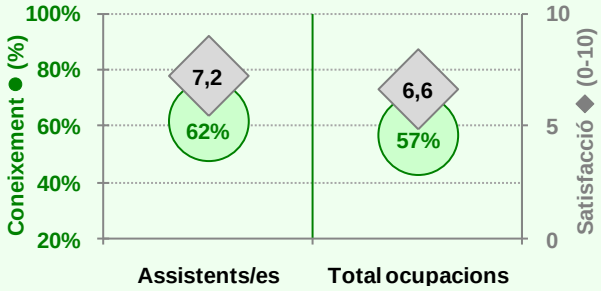
Demanda

Nivell mínim d'estudis requerit



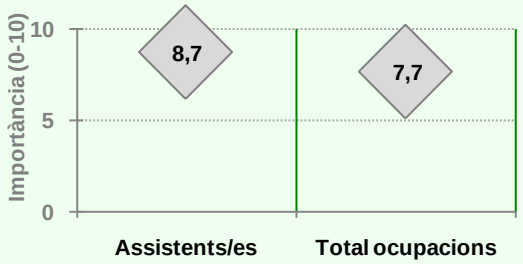
Els requeriments mínims de formació són de formació universitària (27%) o de formació professional de grau superior (26%) per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals.

Coneixement i satisfacció amb l'oferta



El coneixement de l'oferta formativa per als assistents i assistentes és una mica més alt que el coneixement mitjà del conjunt de les categories d'intermediació i acompanyament turístic (61%) i del total d'ocupacions (57%). La valoració de l'oferta formativa supera la mitjana del grup (6,2) i la del total de les ocupacions (6,6).

Importància de la formació en la selecció



La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció d'assistents/es és molt alta (8,7) i supera la mitjana del conjunt de categories ocupacionals incloses en l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic (8,0) i la mitjana del conjunt de categories ocupacionals (7,7).

Oferta

Oferta Formativa

L'oferta formativa en la categoria ocupacional d'assistència turística és escassa, a nivell general. El nombre més abundant de cursos l'ostenta la formació professional reglada, amb 17 cursos, tots ells pertanyents al cicle formatiu de grau superior de guia, informació turística i assistència turística (que és tant per a guies turístics/es com per a assistents/es).
El curs identificat a la formació professional per a l'ocupació, dirigit a persones en situació d'atur, i els cursos pertanyents a les altres accions formatives són de contingut més específic per a la categoria dels/les assistents/es (tant auxiliars de vol com hostesses).

Pel que fa a la distribució territorial, la majoria de cursos s'imparteixen a la capital – ciutat (14), seguits de l'interior rural (9) i, per últim, el litoral (4).

① Formació universitària

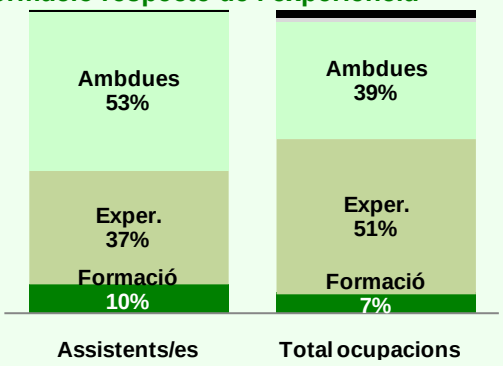
No hi ha formació universitària destinada a assistents/es.

② Formació professional reglada

Cicles formatius de grau superior (CFGS)	
Temàtica	**Distribució territorial**
Guia, informació turística i assistència turística	10 capital - ciutat 3 interior rural 4 litoral

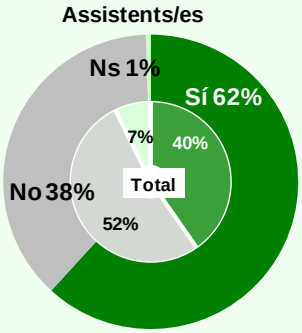
No hi ha programes de qualificació professional inicial ni cicles formatius de grau mitjà per assistents/es.

Formació respecte de l'experiència



En més de la meitat de les empreses (el 53%) es valora la formació i l'experiència conjuntament. La formació es valora per sobre de la mitjana del conjunt de categories ocupacionals.

Detecció de mancances formatives



Les mancances de formació detectades són superiors a la mitjana de les categories d'intermediació i acompanyament turístic (54%) i a la del conjunt de categories ocupacionals (40%) però la mostra és petita per poder fer més afirmacions.

③ Formació professional per a l'ocupació

FP per a l'ocupació destinada a aturats	
Temàtica	**Distribució territorial**
Hostessa, auxiliar de congressos	6 interior rural

④ Altres accions formatives

Altres accions formatives	
Temàtica	**Distribució territorial**
Hostessa de vol Agent de tràfic de passatgers Agent operacions de vol	4 capital - ciutat

Altra informació rellevant

La distància entre la importància d'assolir determinades competències per exercir les ocupacions de la categoria d'assistència turística i el grau d'assoliment real és molt reduïda. Les ocupacions no són difícils de cobrir i la formació mínima requerida és de cicle formatiu de grau superior o universitària, tot i que no hi ha formació universitària específica destinada a assistents/es. En els processos de selecció s'atorga molta importància a la formació, conjuntament amb l'experiència.
Pel que fa a l'oferta formativa, tal com s'ha comentat anteriorment, no s'ha detectat formació universitària i, quant als cicles formatius de grau superior, se n'ha detectat un, si bé el contingut no és específic per als assistents/es ja que també està destinat als/les guies turístics/es. Pel que fa les altres accions formatives, en els cursos es treballen competències més específiques per als assistents/es, com per exemple, el dret aeri, el transport de mercaderies i els coneixements bàsics sobre aviació.

5.3. Apunts per a una oferta formativa adaptada a les necessitats de les empreses del sector turístic

A continuació es presenten els aspectes més rellevants sorgits de l'anàlisi feta a l'informe, especialment de l'enquesta feta a les empreses del sector turístic.

Apunts generals

1. Es detecta la necessitat d'incrementar l'oferta formativa adreçada al sector del transport turístic, l'allotjament i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

2. Es demana una formació més pràctica en sectors com ara la restauració, la intermediació turística i les activitats d'oci i d'organització d'esdeveniments.

3. En general, es troba a faltar oferta formativa en idiomes. I en concret, per a la petita empresa, oferta formativa en atenció al client; per a les microempreses del litoral, oferta en destinacions turístiques, geografia i entorn, i en gestió empresarial.

   Per sectors, es troba a faltar oferta en nous mercats i novetats turístiques al sector de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, i en gestió de cases rurals i càmpings al sector de l'allotjament.

4. S'hauria de millorar el coneixement de l'oferta formativa dels centres de formació en l'àmbit del turisme, sobretot de la dels centres de formació per a l'ocupació. Poques empreses, una de cada quatre, citen un centre de formació de referència en l'àmbit del turisme.

5. Pel que fa a la categoria ocupacional de maîtres i cambrers/es, una oferta formativa àmplia contrasta amb uns requeriments de formació molt bàsics per part de les empreses, sobretot en relació amb els cambrers/es. És una realitat que mereix una reflexió per part dels principals actors del sector.

6. L'oferta formativa de les ocupacions de l'àrea transversal és la menys coneguda, sobretot la destinada al personal de manteniment i neteja, inclòs el personal supervisor, i el de direcció i gerència.

7. La microempresa té moltes mancances de formació en les ocupacions de la categoria de direcció i gerència.

8. Tot i que es demana especialització turística en les ocupacions de la categoria de comercialització i màrqueting, hi ha moltes accions formatives (atomització) i cursos d'especialització no reglat que, en principi, s'adapten a les necessitats de les empreses turístiques.

   També hi ha molta oferta formativa universitària destinada a les ocupacions d'organització d'esdeveniments, però poques empreses turístiques requereixen estudis universitaris en aquesta categoria; més aviat opten per la formació professional de grau superior o grau mitjà i l'ESO.

Ocupacions amb més potencial de creixement

1. En general els sectors de la intermediació turística, i de l'oci i l'organització d'esdeveniments, tenen el potencial de creixement més alt i necessitaran cobrir llocs de treball amb perfils professionals nous, com ara, els perfils d'agent d'intermediació que domini bé les noves eines i tecnologies de la informació i la comunicació, Internet i les xarxes socials entre d'altres, atès

que les ocupacions d'aquesta categoria són les més difícils de cobrir per manca de formació i de professionals, i també els perfils de guia turístic especialitzat.

2. Altres ocupacions que, en opinió de les microempreses, tenen potencial de creixement són les relacionades amb la cuina, el turisme domèstic i local, i el turisme rural i de càmping.

3. Per acabar, en el sector de les activitats d'oci i organització d'esdeveniments, les ocupacions que tenen més potencial són les relacionades amb l'assessorament i personalització dels viatges i les activitats d'oci.

Preferències de la formació en el sector turístic

Tipus de formació

1. Les empreses de transport turístic i del sector de la restauració prefereixen formar el personal a la pròpia empresa. No obstant això, cal tenir en compte que gairebé la meitat de les empreses del transport turístic, i dues de cada cinc empreses del sector de la restauració, no han fet ni preveuen fer formació.

2. Les empreses del sector de l'allotjament, activitats d'oci i organització d'esdeveniments, i intermediació turística prefereixen fer la formació en un centre extern. Aquesta dada té interès perquè gairebé la meitat de les empreses del sector de la intermediació turística han fet i preveuen fer formació i consideren que la seva planificació ha de ser compartida entre l'empresa i el personal.

Modalitat de formació

1. Les empreses del transport turístic i del sector de l'allotjament, així com les empreses del litoral prefereixen la modalitat de formació presencial.

2. Les empreses del sector de la restauració i de la intermediació turística, així com les empreses de l'interior rural prefereixen la modalitat de formació mixta que combina la formació presencial amb la formació a distància (des de casa i en línia). S'ha de tenir en compte que hi ha ocupacions concretes, com ara les de la categoria de maîtres i cambrers/es, auxiliars de cuina i sala, però també les de direcció i gerència, amb dificultats quant a la formació a causa dels horaris de treball i la temporalitat, la qual cosa pot incidir en la modalitat de formació.

Mes d'inici de la formació

1. Les empreses dels sectors de l'allotjament i la restauració, tant del litoral com de l'interior rural, prefereixen iniciar la formació del personal durant l'hivern, és a dir, els mesos de gener, febrer i març.

2. Les empreses dels sectors de la intermediació turística i de l'àrea de Barcelona, prefereixen iniciar la formació a la tardor, és a dir, els mesos d'octubre, novembre, i desembre.

Nivells de formació

1. En general, el nivell de formació requerit és baix, sobretot en l'àrea d'allotjament i restauració, i concretament en les ocupacions de maîtres i cambrers/es, auxiliars de cuina i sala i xefs i cuiners/es, però també en les transversals de manteniment i neteja. En el procés de selecció de personal d'aquestes ocupacions es valora l'experiència per damunt de la formació, tret de les de xefs i cuiners/es d'un determinat nivell en què la formació conjuntament amb l'experiència és important.

2. Els requeriments més alts de formació es donen en les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic, concretament en les ocupacions d'agents d'intermediació, guies turístics i organització d'esdeveniments. Però també en les ocupacions de l'àrea transversal de direcció i gerència, i de comercialització i màrqueting. En el procés de selecció del personal d'aquestes ocupacions, sobretot en els guies i assistents, la formació és molt important.

Obstacles a l'hora d'organitzar la formació

1. La manca de temps, sobretot a la microempresa.

2. La dificultat de compaginar horaris, sobretot en sectors amb una rotació de personal més elevada, com ara el sector de l'allotjament, la restauració i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

3. Els desplaçaments al sector de la restauració, sobretot a l'interior rural.

4. Les empreses mitjanes i grans i el sector de l'allotjament han fet referència a la poca motivació per a la formació del personal.

Actualització dels currículums quant a competències

1. En general, les ocupacions de l'àrea transversal, sobretot les de la categoria de comercialització i màrqueting són les que tenen els dèficits en competències més grans, per la manca d'oferta específica, i la necessitat de potenciar el turisme mitjançant les TIC i les xarxes socials, i d'adaptar-se a mercats nous.

2. També s'observen dèficits competencials importants en l'àrea d'allotjament i restauració, sobretot, en les ocupacions d'auxiliar de cuina i sala i, en menor grau, de xefs i cuiners/es, que repercuteixen en la manca de professionalitat i qualitat, l'atenció al client i les llengües estrangeres.

3. Pel que fa a les **competències transversals**, en general cal desenvolupar les capacitats relacionades amb els idiomes, la gestió de conflictes i resolució de problemes, la iniciativa i creativitat, i la planificació, organització i control.

   S'observen dèficits en les competències en llengües estrangeres en el sector del transport turístic i les competències en informàtica i noves tecnologies en l'allotjament turístic, sobretot al litoral.

   Concretament, s'observen dèficits en les competències següents: gestió comercial i màrqueting i gestió de conflictes i resolució de problemes (direcció i gerència, organització d'esdeveniments), ús d'aplicacions informàtiques, la recerca d'informació i les comunitats en línia (comercialització i màrqueting), idiomes (maîtres i cambrers/es, guies turístics, agents d'intermediació), actitud cap a la neteja i l'ordre i normes de seguretat i higiene (auxiliars de cuina i sala), iniciativa i creativitat (organització d'esdeveniments).

4. Pel que fa a les **competències tècniques**, l'àrea d'allotjament i restauració és la que presenta els dèficits més grans per desenvolupar amb professionalitat, qualitat i efectivitat el servei, sobretot en les ocupacions d'auxiliar de cuina i sala i xefs i cuiners/es, seguida de l'àrea transversal, concretament de les ocupacions de comercialització i màrqueting i de direcció i gerència, que reforçarien les vendes mitjançant nous canals de comercialització, les noves tecnologies i les xarxes socials i permetrien accedir a mercats nous.

S'observen dèficits en les competències tècniques de cuina i relacionats en el sector de la restauració, sobretot a l'interior rural, així com amb les relacionades amb els viatges, la cultura i els museus en la intermediació turística i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments.

Concretament, en les competències següents: gestió comercial i màrqueting, promoció i venda (direcció i gerència, agents d'intermediació, personal de recepció), qualitat i protocol (governants/es d'hotel), gestió de les instal·lacions, maquinària i equips (supervisors de manteniment), operacions tècniques i normes bàsiques de manipulació, preparació i conservació d'aliments i begudes (auxiliars de cuina i sala).

Ampliació de l'oferta formativa

1. L'oferta formativa, sobretot l'específica per cobrir les necessitats pròpies de les empreses hauria de ser més àmplia en les mitjanes i grans empreses, els sectors del transport i la intermediació turística, i a l'àrea de Barcelona.

2. Es detecten necessitats de formació en les categories de direcció i gerència, i comercial i màrqueting, en les ocupacions en què l'oferta formativa es coneix més. En idiomes en les ocupacions de direcció i gerència, tot i que els estudis de grau inclouen assignatures obligatòries i/o optatives d'un o més idiomes. En aplicacions informàtiques, recerca d'informació i comunitats en línia en la categoria de comercial i màrqueting, sobretot a la ciutat de Barcelona.

3. Les empreses del sector turístic demanden especialització en l'oferta formativa de les categories de direcció i gerència.

4. L'oferta formativa destinada als agents d'intermediació, sobretot la professional, s'ha de donar a conèixer i s'ha de reforçar a l'àrea de Barcelona, sobretot la destinada a les empreses mitjanes i grans.

Metodologies

1. Les empreses de més de 10 persones ocupades dels sectors de l'allotjament, la intermediació turística i les activitats d'oci i organització d'esdeveniments consideren que la formació és repetitiva i poc pràctica.

TAULA-32. Elements diferencials de la valoració de la demanda i l'oferta de formació de les empreses turístiques per grandària, sector i territori

Per grandària	**Microempresa**	1. Inverteix poc en formació, sobretot si té una orientació de negoci de consolidació de la posició actual. 2. La que inverteix en formació, l'organitza a iniciativa pròpia. 3. Pel que fa a la microempresa més compromesa amb la formació, la valora perquè aporta qualificació i professionalització al personal. 4. Detecta mancances de formació en les ocupacions de la categoria de direcció i gerència.
	Petita empresa	1. Inverteix bastant en formació, sobretot si té una orientació de negoci innovadora de producte o servei. 2. La que inverteix en formació, l'organitza freqüentment de manera compartida entre l'empresa i el personal. 3. Considera que la formació és important perquè incideix en el posicionament de les empreses en un entorn competitiu. 4. Considera que l'oferta formativa s'adequa bastant a les necessitats de les empreses, però de vegades és massa repetitiva, poc pràctica i específica.
	Mitjana i gran empresa	1. Inverteix molt en formació, sobretot si té una orientació de negoci innovadora de producte o servei. 2. La que inverteix en formació, l'organitza freqüentment de manera compartida entre l'empresa i el personal. 3. Valora la formació perquè aporta qualitat i millora el servei al client. 4. És la més satisfeta amb l'oferta formativa. 5. Tot i així, gairebé la meitat no troba que l'oferta formativa s'adeqüi a les necessitats del negoci. 6. Considera que l'oferta de formació específica per cobrir les necessitats de l'empresa és escassa i que hi ha poca oferta de cursos específics.
Per sectors	**Transport turístic**	1. Inverteix poc en formació, ja que la proporció de persones autoocupades i de microempreses és alta. 2. L'empresa compromesa amb la formació la valora perquè millora la qualitat del servei als clients i aporta valor afegit. 3. És el sector menys satisfet amb l'oferta formativa, sobretot amb la formació per a l'ocupació destinada a les persones en situació d'atur. 4. Considera que l'oferta formativa no s'adequa a les necessitats del negoci. 5. Considera que l'oferta específica per cobrir les necessitats del sector és escassa.
	Restauració	1. Inverteix poc en formació, atès que hi ha una proporció elevada de microempreses i persones autoocupades. 2. L'empresa que inverteix en formació, l'organitza a iniciativa pròpia. 3. L'empresa compromesa amb la formació, la valora perquè aporta qualificació i professionalització al personal. 4. Coneix l'oferta formativa i n'està bastant satisfet, sobretot amb la formació universitària i professional. 5. Considera que l'oferta formativa s'adequa a les necessitats del negoci, per sobre de la mitjana general.
	Allotjament	1. Valora la formació perquè millora la qualitat i el servei al client. 2. Considera que l'oferta formativa és massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica.

		3. Valora més la formació que l'experiència en el personal de recepció.
	Ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració	1. El dèficit de competències més alt s'observa en les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració. 2. En els processos de selecció de les ocupacions de l'àrea es valora més l'experiència que la formació, tret del personal de recepció, sobretot en les categories de maîtres i cambrers/es i auxiliars de cuina i sala. 3. En la categoria de xefs i cuiners/es, la formació es valora una mica més que en la resta de categories de cuina i sala. 4. Les ocupacions de la categoria de xefs i cuiners/es són les més difícils de cobrir per manca de professionals i formació. 5. L'oferta formativa destinada a la categoria de xefs i cuiners/es es concentra majoritàriament en la formació per a l'ocupació de les persones aturades i ocupades. 6. La importància que s'atorga a la formació en els processos de selecció de les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració és la més baixa de totes, sobretot en la categoria d'auxiliars de cuina i sala. 7. Tret de la categoria d'auxiliars de cuina i sala, la detecció de mancances formatives en les ocupacions de l'àrea d'allotjament i restauració és la més baixa de totes.
	Intermediació turística	1. És el que inverteix més en formació. 2. L'empresa que inverteix en formació, l'organitza majoritàriament de manera compartida entre l'empresa i el personal. 3. Atorga importància a la formació com a factor de competitivitat perquè aporta qualificació i professionalització al personal. 4. No considera que l'oferta formativa s'adeqüi a les necessitats del negoci. 5. Considera que l'oferta específica per cobrir les necessitats pròpies de les empreses del sector és escassa.
	Activitats d'oci i organització d'esdeveniments	1. Valora la formació perquè aporta qualificació i professionalització al personal. 2. L'empresa que inverteix en formació, l'organitza de manera compartida entre l'empresa i el personal. 3. És el sector més satisfet amb l'oferta formativa, sobretot la universitària i la professional. 4. Considera que l'oferta formativa s'adequa a les necessitats del negoci, per sobre de la mitjana general, sobretot l'oferta destinada a les ocupacions de la categoria d'assistents/es i d'organització d'esdeveniments.
	Ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic	1. El grau de satisfacció amb l'oferta formativa destinada a les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic és el més baix de tots. 2. La detecció de mancances de formació en les ocupacions de l'àrea és la més alta de totes. 3. En els processos de selecció de les ocupacions de l'àrea es valora la formació, sobretot en les categories de guies turístics, assistents/es i d'organització d'esdeveniments. 4. Les ocupacions de l'àrea d'intermediació i acompanyament turístic, concretament, les de la categoria de guies turístics i agents d'intermediació són les més difícils de cobrir per manca de formació i professionals.
Per territori	**Capital – ciutat**	1. Valora la formació com a factor de posicionament i competitivitat de les empreses turístiques. 2. Considera que l'oferta específica per cobrir les necessitats pròpies de les empreses és escassa.

	Litoral	1. Considera que la formació aporta qualificació i professionalització al personal. 2. La satisfacció amb l'oferta de formació és més baixa que en altres territoris, concretament amb l'oferta de formació per a l'ocupació subvencionada de persones aturades. 3. Manifesta que l'oferta formativa té un preu massa elevat i que manca formació gratuïta en el territori.
	Interior rural	1. Valora poc la formació per a l'ocupació destinada a les persones ocupades. 2. Manifesta desacord amb la centralització de la formació a les grans ciutats. 3. Considera que l'oferta de formació té un preu massa elevat i que manca formació gratuïta. 4. Manifesta que els mesos i horaris de l'oferta de formació no s'adeqüen a les necessitats.

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta realitzada per Block de ideas-Institut DEP.

6. Consideracions i recomanacions

Context

Amb una sòlida i llarga trajectòria com a destí turístic, en els darrers anys Catalunya s'ha consolidat com un referent turístic internacional de primer ordre. Segons les dades de l'Observatori d'Empresa i Ocupació (2011), Catalunya és una de les principals destinacions turístiques líders a escala mundial i europea així com de l'Estat espanyol.

Alhora, el turisme és un dels principals motors de l'economia catalana, en representar l'any 2011 l'11,1% del PIB català i ocupar l'11,6% del total de persones ocupades a Catalunya. En l'actual context de pèrdua d'ocupació i crisi econòmica és significatiu que aquests percentatges s'incrementin respecte de l'any anterior (van ser l'11% en ambdós casos), fet que contribueix a presentar el sector com un pol de creixement.

Malgrat això, el sector es caracteritza per la diversitat, la complexitat i la fragmentació de les relacions laborals, combinades amb una demanda de condicions de treball flexibles (jornada, temps de treball, estacionalitat, etc.). Aquesta situació comporta que, de vegades, es percebi com un sector poc estable des del punt de vista laboral, fet que pot dificultar l'atracció de talent i alhora desincentivar la inversió en formació.

En aquest sentit, el CTESC recomana:

1. Impulsar accions de revalorització del sector entre la població, per tal d'atreure i retenir el talent. Cal que les persones percebin que és un sector amb futur i amb carrera professional, atès que les oportunitats de promoció i carrera professional influeixen positivament en la predisposició de les persones a formar-se.

2. En aquest sentit, com ja s'ha subratllat en altres informes del CTESC, és fonamental potenciar els serveis d'orientació acadèmica i professional tant a l'ensenyament reglat com en els serveis d'ocupació, per poder donar informació acurada sobre el potencial del sector turístic i sobre les possibilitats formatives existents. Una eina com la Xarxa Integrada d'Orientació apuntada en l'Estratègia catalana per a l'ocupació pot ser un molt bon punt de partida.

3. Un dels principals col·lectius que caldria atreure cap al sector és el jovent, tenint en compte que molts d'ells s'hi vinculen només temporalment i per necessitat, sense intenció de promocionar-se i fer-hi carrera, fet que pot dificultar la reposició del personal ocupat quan aquest es jubili.

4. Cal prestigiar les ocupacions del sector. Una via seria la promoció d'acords mitjançant el diàleg social que millorin l'estabilitat i les condicions de les relacions laborals del sector. Cal fer un esforç per fidelitzar i incrementar el compromís dels treballadors del sector.

5. Tal com ja va proposar el Consell Econòmic i Social de Barcelona (2010) i amb l'objectiu de donar més valor a la formació, caldria promocionar un nou sistema retributiu que conjugui salaris amb capacitació i productivitat, així com crear un certificat similar a l'ISO que assenyali empreses i establiments que apostin per la qualitat i la professionalitat del treballador.

D'altra banda, i relacionat amb les dificultats per identificar els subsectors que s'engloben en el concepte "sector turístic", hi ha un ventall molt ampli d'ocupacions que s'hi poden incloure, ja siguin directament vinculades al turisme com indirectament. En aquest sentit, el mapa d'ocupacions descrit en l'estudi empra el concepte de "categoria ocupacional" per incloure-hi diverses ocupacions que es poden trobar en empreses turístiques, pertanyents aquestes als subsectors d'allotjament, restauració, transports, intermediació turística i activitats d'oci i entreteniment.

Categoritzar la realitat comporta sovint simplificar-la, la qual cosa pot comportar excloure de l'anàlisi alguna ocupació destacada o emergent difícil d'encabir en una de les dotze categories es-

tablertes. De tota manera, al llarg del text s'ha intentat fer referència a les ocupacions emergents o difícils de classificar, atesa la seva projecció de futur i el seu potencial de creixement.

En aquest sentit, l'estudi identifica els següents àmbits amb més projecció: la cuina, el turisme domèstic i local, el turisme rural i de càmping i el turisme a internet. D'altra banda, s'han identificat les àrees amb més potencial de creixement com la de la intermediació turística (sobretot els serveis d'assessorament personalitzat) i l'organització d'esdeveniments, coincidint amb altres fonts documentals (SOC, 2012).[115] Per últim, tres ocupacions difícils de cobrir: els xefs i cuiners/es, els/les guies turístics/ques especialitzats i els/les agents d'intermediació.[116]

Davant aquest escenari, el CTESC recomana que:

6. L'Observatori d'Empresa i Ocupació ha de ser proactiu i ha de dur a terme una tasca de prospectiva completa del sector per tal de traslladar-la a tots els agents interessats i en especial a les administracions responsables de la planificació de les oferta d'FP inicial i d'FP per a l'ocupació. Caldria disposar de dades i informació, mitjançant una eina estadística estable sobre els següents aspectes:

- La qualificació professional de les persones treballadores del sector (per grups d'edat, subsectors i territoris), i sobre l'ocupabilitat de les persones amb formació específica en aquest sector en relació a aquelles persones que no en tenen.

- A curt i mig termini, les projeccions d'ocupació del sector, les necessitats de reposició de les persones treballadores, els perfils professionals que es demanaran i la quantificació de les diferents ofertes formatives que es necessitaran.

L'oferta formativa i les necessitats formatives del sector turístic

Amb caràcter previ, cal tenir en compte que les característiques de l'ocupació i de la gestió de les empreses turístiques no poden canviar-se només amb una millora de l'oferta formativa. Tal com evidencia l'estudi, en el sector turístic treballen moltes persones sense formació específica, segurament fruit del predomini de les microempreses, en general poc proclius a treballar en xarxa, amb una activitat molt subjecta a l'estacionalitat de la demanda i que acostumen a seleccionar el personal de manera informal i exigint poca formació. Moltes de les persones ocupades no han tingut abans contacte amb el sector i tenen poques expectatives de continuar-hi. D'altra banda, a l'estudi s'han identificat mancances en competències transversals vinculades a actituds i/o habilitats que no es poden resoldre només amb accions formatives. Tot i això, hi ha un marge significatiu de millora de l'oferta formativa per millorar la seva incidència en el sector.

Pel que fa a **l'oferta formativa** analitzada, en primer lloc es pot constatar que aquesta és **àmplia,** fet que contrasta amb la dificultat de les empreses entrevistades per identificar centres formatius de referència del sector (a excepció de les empreses del sector de la intermediació).

En aquest sentit, el CTESC recomana que...

7. Per millorar la capacitat d'atracció de l'oferta formativa és important que l'Observatori d'Empresa i Ocupació investigui sobre la relació entre formació i competitivitat.

8. És fonamental millorar la informació, promoció i difusió de tota l'oferta formativa a les empreses, tant la universitària com la de formació professional i els certificats de professionalitat, atès que moltes ocupacions no requereixen disposar de titulació universitària per exercir-les. En aquest sentit, el CTESC recomana que l'Administració posi a disposició de les empreses i de les persones usuàries un instrument d'informació en línia, així com que endegui diferents estratègies de comunicació, com

[115] Altres ocupacions considerades emergents o amb potencial de creixement són: en la categoria de comercialització i màrqueting, comparadors de preus i experts en portals d'avaluació hotelera; en la d'allotjament i restauració, els preparadors de càterings; en la d'animació turística, els monitors esportius acreditats i els animadors infantils; i els experts en planificació, gestió i desenvolupament de destinacions turístiques i els tècnics de qualitat i gestió mediambiental.

[116] El SOC afegeix a aquest llistat com a ocupacions de difícil cobertura els caps de recepció, gerents amb coneixements de màrqueting hoteler i el personal de manteniment i neteja (SOC, 2012).

ara campanyes publicitàries per reforçar el vincle entre formació, qualitat i competitivitat del sector o trobades entre els centres formatius i les empreses del sector, per fomentar la valoració i contractació de personal format i qualificat.

9. Incidir també en millorar la informació a les empreses de la possibilitat d'organitzar formació de demanda, així com informar dels ajuts, subvencions o bonificacions a que poden acollir-se per dita formació.

10. Buscar maneres més atractives per vehicular la formació a les empreses del sector turístic. Una possibilitat seria oferir plans de viabilitat de negoci on es detectessin les necessitats formatives de l'empresa.

En segon lloc, l'oferta formativa en l'àmbit del turisme es pot qualificar de **completa,** atès que va dirigida a totes les categories ocupacionals identificades, si bé es pot considerar insuficient per a determinades categories (comercialització i màrqueting i determinades ocupacions d'intermediació turística) i subsectors (transport turístic, allotjament, activitats d'oci i organització d'esdeveniments).

11. Malgrat això, el CTESC recomana adequar l'oferta de places de cicles formatius de grau mitjà i superior de les titulacions relacionades amb el sector turístic a la demanda existent.

12. El CTESC recomana disposar de dades sobre la demanda d'aquestes titulacions, atès que l'evolució de l'alumnat que les cursa presenta una evolució positiva (CTESC, 2011 i 2012).

D'altra banda, l'estudi recull que, malgrat la valoració positiva general que rep l'oferta formativa, una tercera part de les empreses (el 32%) la consideren poc especialitzada per cobrir necessitats concretes, massa acadèmica, repetitiva i poc pràctica.

Davant aquestes crítiques, el CTESC recomana:

13. Una via per millorar l'experiència pràctica que proporciona la formació, i que seria convenient que recollís el III Pla de formació professional, és implantar en el sector turístic la formació professional dual. El CTESC valora positivament la signatura del conveni de col·laboració amb Foment de Terrassa S.A. per implantar el curs 2012-2013 de l'FP dual per als cicles formatius de grau mitjà de Cuina i gastronomia i de Serveis en restauració a l'Institut Cavall Bernat de Terrassa.

14. Fomentar altres programes mixtos de formació i treball que combinin processos formatius amb l'aprenentatge d'un ofici.

15. Amb la finalitat d'actualitzar i adaptar els plans d'estudi a les necessitats reals del mercat, el CTESC recomana fomentar el diàleg entre el sector i l'educació formal.

16. Cal potenciar les pràctiques formatives i les beques de formació. En aquest sentit, el CTESC recomana flexibilitzar els procediments per realitzar les pràctiques, per tal que es puguin fer en els moments que realment hi ha més demanda del sector (per exemple, els caps de setmana), millorar-les per fer que realment l'alumne esdevingui "l'ombra" del seu tutor/a, preveure beneficis per a aquelles empreses que contractin laboralment alumnes que han tingut en pràctiques, etc. Ara bé, cal també fer didàctica entre les empreses perquè aquestes entenguin la finalitat i el concepte de les pràctiques, no poden confondre les pràctiques i la borsa de treball.

17. Així mateix, caldria fomentar la flexibilitat dels títols, com fan altres països (com ara Holanda), potenciant els creuaments de titulacions. En aquesta línia, el CTESC valora positivament la possibilitat que ofereixen alguns centres d'obtenir la doble titulació dels següents cicles formatius: Cuina i gastronomia i Serveis en restauració (Escola Joviat, CETT i Via Magna) i Direcció de cuina i Direcció de serveis de restauració (CETT).

18. Cal incidir també en la qualitat del professorat de la formació turística, millorant els processos de selecció i introduir mecanismes de formació permanent i d'avaluació continuada del professorat, amb la finalitat darrera de captar els/les professionals més competents.

Des del punt de vista territorial, l'oferta formativa es **concentra** al voltant de la ciutat de Barcelona i comarques properes, fet que pot suposar un impediment d'accés per a determinades empreses i persones del sector, sobretot les procedents de la zona interior rural. La formació en línia o no presencial, que permetria resoldre aquesta dificultat d'accés territorial (i alhora de costos), és de difícil desenvolupament massiu en el sector, atesa la importància de l'element presencial i "experiencial" en aquest tipus de formació.

19. Tenint en compte la distribució territorial de les ofertes formatives i les potencialitats de la tecnologia i la web 2.0, el CTESC recomana, sempre que sigui possible, potenciar i desenvolupar formules mixtes de formació presencial i en línia per tal que aquesta formació sigui accessible al major nombre d'empreses i persones arreu del territori.

20. D'altra banda, es podria optar també per l'especialització temàtica en funció del territori (turisme rural, esports d'aventura...). Un exemple pot ser l'adaptació curricular que s'ha fet en el cicle formatiu de grau mitjà Conducció d'activitats físicoesportives al medi natural, especialista en estacions de muntanya, implantat per primera vegada el curs 2011-2012 a l'IES Pont de Suert.

21. Un element cabdal per afavorir la mobilitat de les persones cap als centres de formació especialitzats són les beques de mobilitat, que el CTESC recomana potenciar.

Per últim, de l'anàlisi de l'oferta formativa es pot desprendre una certa **especialització en funció de la categoria ocupacional per nivell educatiu**. Així les categories de direcció i gerència d'organitzacions turístiques, comercialització i màrqueting, recepció, agents d'intermediació, organització d'esdeveniments, guiatge i animació turística són les principals destinatàries de l'educació superior, sobretot la universitària i en menor grau, els cicles formatius de grau superior. En canvi, les categories d'auxiliars de cuina i sala, xefs i cuiners/es, maîtres i cambrers/es, manteniment i neteja i assistència turística són les principals destinatàries de la formació professional reglada i per a l'ocupació.

Cal tenir en compte, però, que es poden produir certs solapaments en determinats casos, com ara en la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques, atès que és una sortida professional per a tots els graus en turisme, molts màsters oficials i cursos d'extensió universitària, i alhora per a dos cicles formatius de grau superior, fet que pot dificultar l'orientació acadèmica i professional de persones interessades en incorporar-se al sector i exercir aquesta ocupació.

Aquesta situació contrasta amb la d'altres comunitats autònomes, on aquestes titulacions estan orientades a categories ocupacionals diferents. Aquest fet afecta la concepció de les empreses sobre cada títol, i pot explicar perquè, per a determinades categories ocupacionals, es considera que són necessaris nivells mínims d'estudis diferents.

22. El CTESC recomana millorar la coordinació entre les administracions competents en les diferents ofertes formatives per evitar, en alguns casos, solapaments i accions formatives redundants.

Pel que fa a la **demanda de formació** per part de les empreses del sector, cal tenir en compte que la informació prové de l'enquesta feta *ad hoc* i dirigida als gerents i responsables de formació de les empreses turístiques entrevistades, en compliment de la demanda del Departament d'Empresa i Ocupació d'analitzar la importància de la formació en el sector turístic, focalitzant-se en la perspectiva empresarial.

Així, l'estudi mostra com en general **es demana un nivell d'estudis mínim baix, s'inverteix poc en la formació** del personal i **no es preveu** fer-ne en el curt termini, malgrat la **importància** que atorguen aquestes empreses a la formació com a element per afavorir la seva competitivitat. L'**experiència** continua sent més valorada en els processos de selecció que el nivell formatiu de la persona.

Davant aquesta situació, el CTESC recomana:

23. Incentivar la inversió de recursos en formació, com ara, els recursos en noves tecnologies.

24. Cal una reflexió sobre quines actuacions afavoririen que, tant les empreses com les persones treballadores, assumissin la importància de la formació en el sector.

25. És fonamental que les empreses planifiquin a curt i mitjà termini les seves necessitats formatives i que per fer-ho, comptin amb la participació de les persones treballadores, ja sigui directament o a través dels seus representants legals. Cal garantir una interlocució veritable amb les persones treballadores en l'elaboració del Pla de formació així com el consens en la utilització dels crèdits de formació i el temps de formació invertit, entre d'altres aspectes. De tota manera, el CTESC considera que l'organització de la formació no ha de ser obligatòriament coresponsabilitat de l'empresa i el seu personal.

26. La manca de planificació de la formació per part de les empreses afecta negativament la planificació de l'oferta formativa dels centres de formació.

27. Els acords col·lectius de sector o d'empresa han de ser el marc de referència en matèria de formació i han de poder-se adaptar a les necessitats del territori.

28. Per garantir una millor detecció de les necessitats formatives del sector turístic, el CTESC recomana que les persones que hi treballen participin en aquesta detecció, a través de les seves organitzacions sindicals més representatives. La via adient per garantir aquesta participació és incorporar aquestes organitzacions a la Taula de Turisme, concebuda com a plataforma de participació entre els agents públics i privats amb incidència en el sector turístic, i que té com a funció específica, entre d'altres, la de fer recomanacions i proposar actuacions en l'àmbit de la formació en turisme.

29. Pel que fa a les microempreses i petites empreses, és important que incrementin la seva participació en xarxes per crear formació conjunta, educació i activitats de reclutament. En aquest sentit, el CTESC recomana que les institucions públiques posin en marxa iniciatives per crear aquests tipus de xarxes, a més d'afavorir un punt de trobada entre l'oferta i la demanda formativa.

Les categories ocupacionals on es demana un nivell formatiu més elevat són la direcció i gerència d'organitzacions turístiques, la comercialització i màrqueting, els/les agents d'intermediació, el guiatge turístic i l'organització d'esdeveniments.

30. Tot i això, el CTESC recomana establir mecanismes d'actuació davant la sobrequalificació i subocupació en el sector turístic.

31. D'altra banda, cal tenir en compte que, pel que fa a la categoria de direcció i gerència d'organitzacions turístiques, les habilitats directives de l'alta gerència són diferents de les dels petits empresaris (amb perfil emprenedor). El CTESC recomana tenir en compte aquesta diferència, atès que és important per a la planificació de l'oferta formativa dirigida a aquesta categoria ocupacional.

Els principals **impediments** apuntats per les empreses entrevistades per no fer formació i sobre els que caldria treballar per superar-los són la manca de temps del personal, la dificultat de compaginar els horaris de la formació amb els laborals i personals, els desplaçaments fins als centres formatius i, en les empreses mitjanes i grans i del sector de l'allotjament, la manca de motivació dels treballadors.

32. Per tal d'afavorir la disposició de les persones treballadores a fer formació, el CTESC recomana que les empreses facilitin la formació efectiva del personal.

33. Tal com indica el Servei d'Ocupació de Catalunya, el CTESC recomana que cal incorporar la formació a les empreses de menor dimensió, moltes de les quals no disposen d'una gestió planificada de recursos humans i que en molts casos vinculen fer formació a un increment del risc de perdre el treballador/a per una ocupació millor.

En general, l'empresa és qui acostuma a **organitzar** les accions formatives, dirigides a cobrir les **principals mancances formatives**:

- Pel que fa a les competències transversals: l'aprenentatge de llengües estrangeres, la gestió dels conflictes i la resolució de problemes, la iniciativa i la creativitat, la planificació, organització i control.

- Pel que fa a les competències específiques destaca: la cuina, els viatges, la cultura i els museus, i les competències en informàtica i noves tecnologies aplicades a la comercialització i màrqueting dels productes i empreses.

- Tot i existir una àmplia oferta formativa d'idiomes, de forma presencial i en línia, no s'assoleix un nivell competencial satisfactori.

Davant aquestes mancances formatives, el CTESC recomana:

34. Reforçar les competències transversals en els currículums, especialment importants en aquest sector.

35. La demanda creixent de persones amb domini d'idiomes dels mercats emergents (com ara el xinès, el rus i el japonès) fa necessari fomentar l'aprenentatge d'aquests idiomes d'una banda, i de l'altra, emprendre accions d'orientació, formació i/o requalificació cap al sector turístic destinades als segments de població següents:

- L'alumnat que té com a llengua materna algun dels idiomes emergents, com ara el xinès, el rus, el japonès ...

- La població en situació d'atur o en processos de requalificació que té com a llengua materna algun d'aquests idiomes emergents.

36. Per millorar les competències en idiomes, a més de l'imprescindible i insubstituïble esforç individual, les administracions tenen la responsabilitat de posar les bases per millorar els resultats en aquesta àrea, incidint tant en els recursos i les metodologies aplicades a la formació com en el foment d'altres mecanismes que han mostrat la seva eficàcia en l'aprenentatge d'idiomes (la generalització de les versions originals en els mitjans audiovisuals, les estades a l'estranger, etc.).

37. Tot i que molts dels programes formatius incorporen continguts en TIC, els resultats indiquen que cal seguir reforçant el currículum de formació turística en tot el que fa referència a les TIC, aplicades tant a la comercialització i el màrqueting com al suport d'experiències turístiques més gratificants.

38. Pel que fa a les competències de gestió de conflictes i resolució de problemes, iniciativa i creativitat i planificació, organització i control, el CTESC recomana abordatges complementaris al recurs de la formació i que passen per la combinació de diferents polítiques que cada cop estan més i millor implantades a les empreses:

- Supervisió personal i directa que permeti detectar les conductes i els procediments que són susceptibles de millora i instruir els canvis pertinents;

- Implantació de sistemes de gestió i control de la qualitat;

- Instauració d'incentius vinculats a l'execució eficient i de qualitat.

39. Com indica el CEDEFOP (2010), en un entorn cada vegada més globalitzat, no només els clients de les empreses turístiques procedeixen de diferents països sinó també el personal que hi treballa. Per tant, el CTESC recomana potenciar el desenvolupament de les competències interculturals entre el personal ocupat al sector.

40. Una altra competència transversal que cal desenvolupar és la sostenibilitat aplicada tant a la gestió dels establiments com a la configuració dels productes i paquets turístics.

41. D'altra banda, el CTESC recomana fomentar l'esperit emprenedor, incrementant els coneixements sobre l'elaboració d'un pla d'empresa, el finançament i l'estratègia de consolidació.

- Pel que fa a les categories ocupacionals o àrees: atenció al client en el cas d'auxiliars de cuina i sala i xefs i cuiner/es; coneixements sobre nous mercats i novetats turístiques en el personal d'organització d'esdeveniments; gestió de cases rurals i de càmpings al personal de l'àrea d'allotjament; i formació en direcció i gerència en el cas de les microempreses.

Davant aquestes mancances formatives, el CTESC recomana:

42. Incidir en l'aprenentatge d'àmbits clau que configuren una experiència turística positiva com és l'atenció al client. Els reptes per al sector són l'acollida i l'hospitalitat. Si volem distingir-nos clarament d'altres destins, la qualitat del servei és vital.

43. Satisfer una demanda significativa de formació en gestió turística, sobretot en l'àmbit de la formació continuada, clarament manifestada per les empreses més petites.

44. Adequar l'oferta formativa a les noves necessitats de "*multi-skilling*" que requereixen determinades categories ocupacionals, i a la necessitat creixent de flexibilitat que demana el sector, amb un pes important en competències interdisciplinàries.

Cal tenir en compte, però, que probablement degut al mètode seguit per obtenir aquesta informació per part de les empreses,[117] combinat amb una situació present d'elevada inestabilitat econòmica, les mancances formatives detectades són en general poc "innovadores" i amb poca projecció de futur. És a dir, estan molt centrades en el funcionament diari de les empreses i reflecteixen poca anticipació als canvis. En aquest sentit la demanda turística és sensible a una pluralitat de factors, com ara la conjuntura econòmica nacional i internacional, la demografia i els efectes de l'augment de l'esperança de vida de la població, els canvis en l'estil de vida de la societat, les noves tecnologies, la necessitat de garantir un desenvolupament sostenible dels recursos, etc

Tot i l'impacte de la crisi actual i els canvis de les tendències de consum de la població pel que fa als productes turístics i la demanda turística, el sector turístic es troba davant de noves oportunitats. El CTESC recomana:

45. Potenciar continguts formatius adreçats directament a un turisme més especialitzat: familiar, cultural, gastronòmic, enològic, d'oci, rural, de gent gran, esportiu, de benestar, etc., mitjançant, per exemple, noves combinacions de cursos i especialitzacions, afavorint un model híbrid de continguts, com ara vincular habilitats tradicionals de l'hostaleria amb la salut o amb l'esport.

Per últim, pel que fa al **format de les accions formatives**, l'estudi demostra que en general les empreses opten:

- Principalment per la formació en un centre extern, a excepció del subsector del transport i de la restauració, que es decanten per organitzar-la a la pròpia empresa.

- Per la formació presencial les empreses d'allotjament i transport, mentre que les del subsector de la restauració, la intermediació turística i les situades a l'interior rural del país es decanten per un model mixt, que combini la formació presencial i la formació en línia o a distància.

- Iniciar el curs a l'hivern pel que fa a les empreses de l'allotjament i la restauració, estiguin a l'interior rural o al litoral, i a la tardor, les dedicades a la intermediació turística i les situades a la capital.

[117] Tal com s'ha explicat abastament al capítol 4 l'enquesta s'ha fet telefònicament en base a un qüestionari molt complet, la qual cosa podia comportar un cert "cansament" en la persona entrevistada i poca predisposició a fer projeccions de futur.

En aquest sentit, el CTESC recomana:

46. Assessorar les empreses turístiques sobre la planificació de la formació, per fer-la coincidir en els períodes de més baixa ocupació i, al mateix temps, adequar l'oferta formativa a aquests períodes.

47. En un sector molt heterogeni pel que fa a horaris i jornada de treball, és imprescindible dissenyar accions formatives que puguin adaptar-se als requeriments de les empreses. En aquest sentit un recurs interessant és la formació semipresencial i en línia.

48. D'altra banda, i sobretot pel que fa a la formació professional per a l'ocupació, el CTESC recomana definir eines que facilitin que els alumnes finalitzin els processos formatius encara que la seva situació laboral canviï.

49. Fer un esforç per innovar el format de les accions formatives. Així per exemple, podria ser interessant el foment d'estades formatives a altres empreses d'altres països, intercanvis entre persones treballadores de diferents empreses o l'aplicació de tècniques de *coaching* i *mentoring*.

Com a reflexió final, cal tenir en compte que les consideracions anteriors s'han fet adoptant una perspectiva generalista, que és susceptible de ser desagregada en funció del sector d'activitat de l'empresa, la seva dimensió i ubicació territorial, tal com s'ha fet al llarg de l'estudi.

7. Annex: qüestionari de l'enquesta

15.2227_Necessitats formatives del sector turístic			Octubre de 2011 Núm. qüestionari (ID): __ __ __
DADES PERSONA ENTREVISTADA			
Nom de l'empresa:		Telèfon:	
Quota 1. Grandària de l'empresa: Micro (< 10) ..... 1 Petita (10-49) ..... 2 Mitjana i gran (> 50)..... 3	**Quota 2. Sector d'activitat**: Transports..... 1 Allotjament ..... 2 Restauració ..... 3 Intermediació ..... 4 Activ. oci i org. esdeveniments 5		**Quota 3. Zona turística:** Litoral ..... 1 Interior-rural..... 2 Capital-ciutat 3
DADES ENTREVISTADOR			
Nom:	Data:	Hora inici:	Hora final:

Argumentari per a l'entrevistador per fer la captació telefònica

BON DIA/ BONA TARDA. Em podrien dir si tenen algun responsable de recursos humans o de formació a l'empresa?

Sí.....1 **> Sol·licitar per parlar amb aquesta persona**
No, perquè RRHH està en una altra seu de l'empresa .....2 **> Sol·licitar les dades de contacte i fi de l'entrevista**
No, perquè no tenim persona específica responsable de RRHH .....3 **> Podria parlar amb el/la Directora/a o el/la Gerent?**

BON DIA/BONA TARDA. Sóc entrevistador/a de Block de ideas i li truco de part del Consell de Treball Econòmic i Social de Catalunya (CTESC). Actualment, estem realitzant un estudi sobre les necessitats de formació en el sector turístic català. En aquest sentit, seria tan amable de respondre una sèrie de preguntes sobre aquesta temàtica? Sàpiga que Block de ideas es compromet, seguint el Codi Internacional CCI/ESOMAR per a la Pràctica de la Investigació Social i de Mercat, a què tota la informació que ens faciliti serà tractada de manera confidencial i exclusivament amb finalitats estadístiques. MOLTES GRÀCIES PER LA SEVA COL·LABORACIÓ!

0. En quin idioma prefereix que li faci l'entrevista?
Català..... 1
Castellà 2
Indiferent/Ns/Nc ..... 99 Continua en català

FILTRES

1. *(QUOTA 1. Grandària)* En primer lloc, em pot dir quantes persones treballen a l'empresa, incloent-lo a vostè?

_____ _____ _____

És un professional autònom o autoocupat **sense assalariats** (*la clau és que no tingui assalariats)* 95
Ns/Nc.....99 Fi de l'entrevista

2. *(QUOTA 2. Sector d'activitat)* A quina de les següents activitats es dedica principalment l'empresa/vostè? *(llegir)*

Transports..... 1
Allotjament 2
Restauració 3
Intermediació turística (inclou agències de viatges, portals de reserves, lloguer de vehicles, i guies turístics) 4
Activitats d'oci i organització d'esdeveniments (inclou activitats culturals, artístiques i esportives)..... 5
Ns/Nc ..... 99 Fi de l'entrevista

3. *(QUOTA 3. Zona turística)* A quin municipi es troba ubicada l'empresa? *(escollir opció del llistat)*

_____ _____ _____

Ns/Nc..... 99 Fi de l'entrevista

4. Actualment, diria que més de la meitat de la facturació del negoci depèn del turisme, domèstic o estranger?

Sí..... 1
No..... 2 Fi de l'entrevista
Ns/Nc ..... 99 Fi de l'entrevista

BLOC APROXIMACIÓ A L'ORGANITZACIÓ

A continuació ens interessaria conèixer algunes característiques de l'empresa i l'activitat que desenvolupa.

5. Podria dir-me quin és l'any de creació del negoci?

_____ _____ _____ _____

Ns..... 98
Nc..... 99

6. El capital del negoci és majoritàriament...? *(llegir)*

Català 1
De la resta de l'Estat espanyol 2
Estranger 3
Ns 98
Nc 99

7. Principalment a quin tipus de turisme està orientat el negoci? *(llegir)*

Turisme domèstic de Catalunya 1
Turisme domèstic de la resta de l'Estat espanyol.....2
Turisme estranger 3
Ns 98
Nc 99

8. Em podria dir quina de les següents opcions descriu millor l'orientació estratègica actual del negoci? *(llegir)*

Consolidar la posició actual 1
Ampliar-la a segments de mercat nous 2
Innovar amb productes i serveis 3
Ns 98
Nc 99

9. En l'últim any (2010), en quin dels trams de facturació anual es va situar el negoci? *(llegir)*

Menys de 100.000 euros 1
Entre 100.001 i 500.000 euros 2
Entre 500.001 i 1 milió d'euros 3
Entre 1 i 5 milions d'euros.....4
Més de 5 milions d'euros.....5
Ns 98
Nc 99

[Si P1 = 95 Passa a P11. La resta passa a P10]

10. Ens podria dir quins mesos de l'any l'empresa està oberta al públic? *(llegir)*

Tot l'any .....1 *Passa a P13*
Temporada d'estiu 2
(Especificar mesos_____) *Passa a P13*
Temporada d'hivern 3
(Especificar mesos_____) *Passa a P13*
Altres 4
(Especificar mesos_____) *Passa a P13*
Ns .....98 *Passa a P13*
Nc .....99 *Passa a P13*

11. Ens podria dir quins mesos de l'any treballa com a professional del sector turístic? *(llegir)*

Tot l'any 1
Temporada d'estiu 2
(Especificar mesos_____)
Temporada d'hivern 3
(Especificar mesos_____)
Altres 4
(Especificar mesos_____)
Ns..... 98
Nc..... 99

BLOC PERFIL DE L'AUTÒNOM/AUTOEMPLEAT

12. Dels següents perfils ocupacionals, em podria dir quin encaixa millor amb el seu? *(llegir)*

Direcció i gerència.....1
Comercialització i màrqueting aplicat al sector turístic 2
Animació turística*.....3
Guia turístic/a.....4
Agent d'intermediació turística** 5
Organitzador/a d'esdeveniments 6
Assistent/a***.....7
Xef o cuiner/a.....8
Auxiliar de cuina o de sala.....9
Maître, *sommelier* o cambrer/a 10
Manteniment i neteja en el sector turístic.....11
Personal de recepció.....12
Altres (Anotar_____).....13
Ns.....98
Nc.....99

**Inclou professionals i monitors d'activitats d'oci i d'esports*
***Inclou agent de viatges i/o de reserva de productes turístics (lloguer de vehicles, d'allotjament, etc.)*
****Inclou host/essa de viatges o d'esdeveniments*

[Passen tots a P15 i se'ls pregunta només pel perfil ocupacional que hagin assenyalat a la P12]

BLOC PERFIL DE LA PLANTILLA

Seguidament voldríem demanar-li pel perfil professional de la plantilla de l'empresa en el moment de màxima activitat del negoci al llarg de l'any. Si hi ha perfils polivalents, respongui en funció de l'activitat principal que desenvolupa.

[Si P2= 1 passar a P13_v1]→Transports
[Si P2= 2, 3 passar a P13_v2]→Allotjament i Restauració
[Si P2=4 passar a P13_v3]→Intermediació
[Si P2=5 passar a P13_v4]→Activitats d'oci i esports

13_v1. Dels perfils ocupacionals que li llegiré a continuació, em pot dir si l'empresa compta amb treballadors/ores d'aquest perfil (incloent-lo a vostè) i, si és el cas, quants són? *(llegir)*

	Sí	*No*	*Quants*	*Ns*	*Nc*
a. Direcció i gerència	1	2	_____	98	99
b. Comercialització i màrqueting	1	2	_____	98	99
c. Manteniment i neteja	1	2	_____	98	99
d. Xefs i cuiners/es	1	2	_____	98	99
e. Maîtres, *sommeliers* i cambrers/es	1	2	_____	98	99
f. Auxiliars de cuina i sala	1	2	_____	98	99
g. Personal de recepció	1	2	_____	98	99
h. Guies turístics/ques	1	2	_____	98	99
i. Agents d'intermediació*	1	2	_____	98	99
j. Assistents/es**	1	2	_____	98	99
k. Altres					
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99

**Inclou agents de viatges i/o de reserva de productes turístics (lloguer de vehicles, d'allotjament, etc.)*
***Inclou hostes/esses de viatges o d'esdeveniments)*
[Passa a P14]

13_v2. Dels perfils ocupacionals que li llegiré a continuació, em pot dir si l'empresa compta amb treballadors/ores d'aquest perfil (incloent-lo a vostè) i, si és el cas, quants són? *(llegir)*

	Sí	*No*	*Quants*	*Ns*	*Nc*
a. Direcció i gerència	1	2	_____	98	99
b. Comercialització i màrqueting	1	2	_____	98	99
c. Manteniment i neteja	1	2	_____	98	99
d. Xefs i cuiners/es	1	2	_____	98	99
e. Maîtres, *sommeliers* i cambrers/es	1	2	_____	98	99
f. Auxiliars de cuina i sala	1	2	_____	98	99
g. Personal de recepció	1	2	_____	98	99
h. Animació turística*	1	2	_____	98	99
i. Altres					
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99

**Inclou professionals i monitors d'activitats d'oci i d'esports*
[Passa a P14]

13_v3. Dels perfils ocupacionals que li llegiré a continuació, em pot dir si l'empresa compta amb treballadors/ores d'aquest perfil (incloent-lo a vostè) i, si és el cas, quants són? *(llegir)*

	Sí	*No*	*Quants*	*Ns*	*Nc*
a. Direcció i gerència	1	2	_____	98	99
b. Comercialització i màrqueting	1	2	_____	98	99
c. Manteniment i neteja	1	2	_____	98	99
d. Guies turístics/ques	1	2	_____	98	99
e Agents d'intermediació*	1	2	_____	98	99
f. Organització d'esdeveniments	1	2	_____	98	99
g. Assistents/es**	1	2	_____	98	99
h. Altres					
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99

**Inclou agents de viatges i/o de reserva de productes turístics (lloguer de vehicles, d'allotjament, etc.)*
***Inclou hostes/esses de viatges o d'esdeveniments)*
[Passa a P14]

13_v4. Dels perfils ocupacionals que li llegiré a continuació, em pot dir si l'empresa compta amb treballadors/ores d'aquest perfil (incloent-lo a vostè) i, si és el cas, quants són? *(llegir)*

	Sí	*No*	*Quants*	*Ns*	*Nc*
a. Direcció i gerència	1	2	_____	98	99
b. Comercialització i màrqueting	1	2	_____	98	99
c. Manteniment i neteja	1	2	_____	98	99
d. Personal de recepció	1	2	_____	98	99
e. Animació turística*	1	2	_____	98	99
f. Guies turístics/ques	1	2	_____	98	99
g. Agents d'intermediació**	1	2	_____	98	99
h. Organització d'esdeveniments	1	2	_____	98	99
i. Assistents/es***	1	2	_____	98	99
j. Altres					
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99

**Inclou professionals i monitors d'activitats d'oci i d'esports*
***Inclou agents de viatges i/o de reserva de productes turístics (lloguer de vehicles, d'allotjament, etc.)*
****Inclou hostes/esses de viatges o d'esdeveniments*

14A_c. Ha assenyalat que l'empresa té personal de manteniment i neteja, em podria dir si compten específicament amb:

	Sí	*No*	*Ns*	*Nc*
a) Personal de manteniment i/o conserges	1	2	98	99
b) Governants/es d'hoteleria	1	2	98	99
c) Personal de neteja	1	2	98	99

14A_d. Ha assenyalat que l'empresa té xefs i cuines, em podria dir si compten específicament amb:

	Sí	*No*	*Ns*	*Nc*
a) Xefs i/o caps de cuina	1	2	98	99
b) Cuiners/es	1	2	98	99

14A_e. Ha assenyalat que l'empresa té maîtres i cambrers, em podria dir si compten específicament amb:

	Sí	*No*	*Ns*	*Nc*
a) Maîtres oi/o caps de sala	1	2	98	99
b) *Sommeliers*	1	2	98	99
c) Cambrers/es	1	2	98	99

[Passa a P14B]

14B. Per modalitats contractuals, em podria dir, aproximadament quin percentatge de la plantilla és... *(llegir) (la suma de categories ha de sumar 100%)*

Personal fix ..... ___ (anotar)
Personal fix-discontinu ..... ___ (anotar)
Personal temporal ..... ___ (anotar)
Altre personal ..... ___ (anotar)
Ns 98
Nc 99

BLOC HABILITATS I VALORACIÓ DE LA FORMACIÓ PER PERFILS PROFESSIONALS
"Versió Direcció i Gerència"

[Si P1 = 95 Passa a Intro_blocv2. La resta passa a Intro_blocv1]

Intro_. Seguidament voldríem conèixer com valora una sèrie d'habilitats segons perfil ocupacional. Així doncs...

En una escala on 0 vol dir "gens" i 10 "totalment", valori, en primer lloc, el **grau d'importància** que tenen les habilitats tècniques que li llegiré a continuació per al personal de (grup d'ocupacions pregunta 13), i en segon lloc, el **grau de domini o coneixement real del personal** de (grup d'ocupacions pregunta 13) de l'empresa. IMPORTÀNCIA / DOMINI.

[Nota: tot el bloc d'habilitats es repetirà tantes vegades com perfils professionals diferents tingui l'empresa. En el cas dels autònoms, respondran només segons el seu perfil]

15_v1. La importància que té, en una escala del 0 'gens' al 10 'totalment', que es tinguin adquirides les habilitats específiques que li assenyalaré a continuació:

Ns Nc
a) Direcció i organització d'empreses....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
b) Gestió comercial i de màrqueting.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
c) Gestió de compres, aprovisionament i logística.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
d) Gestió de recursos humans.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
e) Gestió pressupostaria, comptable, financera i estadística.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

16_v1. Actualment quin diria que és...
P1<>95
...el grau d'habilitat real, en una escala del 0 'cap habilitat' a 10 'habilitat total' del/s (segons resposta v13: personal de direcció i gerència) **en:**

P1=95
...el seu grau d'habilitat real, en una escala del 0 'cap habilitat' a 10 'habilitat total' en:

Ns Nc
a) Direcció i organització d'empreses....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
b) Gestió comercial i de màrqueting.... 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
c) Gestió de compres, aprovisionament i logística.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
d) Gestió de recursos humans.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
e) Gestió pressupostaria, comptable, financera i estadística.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

En una escala on 0 vol dir "gens" i 10 "totalment", valori, en primer lloc, el **grau d'importància** que tenen les habilitats genèriques que li llegiré a continuació per al personal de (grup d'ocupacions pregunta 13), i en segon lloc, el **grau de domini o coneixement real del personal** de (grup d'ocupacions pregunta 13) de l'empresa. IMPORTÀNCIA / DOMINI.

17_v1. En relació amb les habilitats genèriques que li assenyalaré a continuació, em pot dir la importància que té, en una escala del 0 'gens' al 10 'totalment', que es tinguin adquirides:

Ns Nc
a) Direcció i lideratge.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
b) Iniciativa i creativitat.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
c) Gestió de personal i coordinació d'equips.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
d) Gestió de conflictes i resolució de problemes.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
e) Comunicatives, persuasives i de relacions públiques.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
f) Idiomes.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
g) Atenció i servei orientat al client.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
h) Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

18_v1. En aquest sentit, quin diria que és...

P1<>95
...el grau d'habilitat real, en una escala del 0 'cap habilitat' a 10 'habilitat total del/s (segons resposta v13: personal de direcció i gerència) **en:**

P1=95
...el seu grau d'habilitat real, en una escala del 0 'cap habilitat' a 10 'habilitat total' en:

Ns Nc
a) Direcció i lideratge.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
b) Iniciativa i creativitat.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
c) Gestió de personal i coordinació d'equips.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
d) Gestió de conflictes i resolució de problemes.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
e) Comunicatives, persuasives i de relacions públiques.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
f) Idiomes.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
g) Atenció i servei orientat al client.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
h) Ús d'aplicacions informàtiques i recerca d'informació.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

[Si P1 = 95 Passa a P21. La resta passa a P19]

19_v1. Actualment, en relació amb els perfils que es dediquen a (segons resposta v13: la direcció i gerència)**, quin és el nivell mínim d'estudis requerit?** *(llegir)*

Cap/Primària 1
ESO (EGB, graduat escolar o similar).....2
CFGM (FP-1 o similar).....3
Batxillerat (BUP, COU o similar) 4
CFGS (FP-2 o similar) 5
Universitaris 6
Ns 98
Nc 99

20_v1. Valori en una escala del 0 al 10, on 0 equival a 'gens' i 10 equival a 'totalment' la importància que té la formació a l'hora de seleccionar professionals (segons resposta v13: la direcció i gerència)**:**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Ns 98
Nc 99

21_v1. Per desenvolupar les tasques de (segons resposta v13: la direcció i gerència)**, què considera més important, la formació o l'experiència?**

La formació 1
L'experiència 2
Són iguals d'importants ..... 3 *(no llegir)*
Cap de les dues coses..... 4 *(no llegir)*
Ns ..... 98 *(no llegir)*
Nc ..... 99 *(no llegir)*

[Si P1 = 95 Passa a P26v2. La resta passa a P22]

22_v1. Existeixen mancances formatives en aquest perfil professional tenint en compte les tasques que habitualment desenvolupen a l'empresa?

Sí..... 1
No..... 2
Ns 98
Nc 99

23_v1. Actualment, (segons resposta v13: la direcció i gerència) **és una ocupació de difícil cobertura per a l'empresa?**

Sí..... 1
No..... 2 *Passa a següent perfil o P25*
Ns ..... 98 *Passa a següent perfil o P25*
Nc ..... 99 *Passa a següent perfil o P25*

24_v1. Em podria dir els motius pels quals considera que aquesta ocupació és de difícil cobertura? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

[Passa a següent perfil o P25]

BLOC REALITZACIÓ DE FORMACIÓ I PREFERÈNCIES

25. En la seva opinió, la responsabilitat de planificar la formació dels treballadors/ores ha de ser... *(llegir)*

Principalment de l'empresa 1
Meitat i meitat 2
Principalment del treballador 3
Ns 98
Nc 99

[Si P1 = 95 Passa a P26v2. La resta passa a P26v1]

26v1. A l'empresa s'ha organitzat algun curs de formació durant els darrers 5 anys?

Sí.....1
No.....2
Ns.....98
Nc.....99

26v2. Vostè ha realitzat algun curs de formació durant els darrers 5 anys?

Sí.....1 *Passa a P28v2*
No.....2 *Passa a P28v2*
Ns.....98 *Passa a P28v2*
Nc.....99 *Passa a P28v2*

[Si P26v1 = 1 passa a P27, la resta passa a P28]

27. En general, la formació realitzada a l'empresa s'ha organitzat... *(llegir)*

En resposta a peticions o demandes
dels treballadors/ores 1
Per iniciativa exclusiva de l'empresa 2
Per iniciativa d'ambdues parts 3
Ns 98
Nc 99

[Si P1 = 95 Passa a P28v2. La resta passa a P28v1]

28v1. De cara als propers 2 anys (2012-2013), des de la direcció de l'empresa o dels responsables de formació s'ha planejat organitzar o incentivar el personal perquè faci algun tipus de formació?

Sí ..... 1 *Passa a P29*
No ..... 2 *Passa P33*
Ns ..... 98 *Passa P33*
Nc ..... 99 *Passa P33*

28v2. De cara als propers 2 anys (2012-2013), s'ha plantejat fer algun tipus de formació?

Sí ..... 1 *Passa a P29*
No ..... 2 *Passa P33*
Ns ..... 98 *Passa P33*
Nc ..... 99 *Passa P33*

29. Sobre quina/es temàtica/ques? (ESPONTÀNIA i MÚLTIPLE)
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

[Si P1 = 95 Passa a P31. La resta passa a P30]

30. En general, quina de les següents opcions preferiria o seria més adient tenint en compte la realitat del seu negoci? *(llegir)*

Formació *in company* (realitzada a la pròpia empresa).....1
Formació externa (feta en un centre de formació) 2
Indiferent *(no llegir)* 3
Ns 98
Nc 99

31. I pel que fa el format, preferiria o seria més adient? *(llegir)*

Formació presencial.....1
Formació a distància *(online*, des de casa).....2
Un model mixt entre presencial i a distància 3
Indiferent *(no llegir)* 4
Ns 98
Nc 99

32. I respecte al mes de l'any, preferiria o seria més adient començar la formació el mes de... *(escollir opció del llistat)*

_____ _____ _____
Indiferent *(no llegir)* 97
Ns 98
Nc 99

33. Quins són per vostè els principals obstacles a l'hora d'organitzar o incentivar la formació als professionals del sector turístic? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

BLOC VALORACIÓ DE L'OFERTA FORMATIVA CATALANA RELACIONADA AMB LES OCUPACIONS DEL TURISME

Ara voldríem conèixer la seva opinió pel que fa a l'oferta formativa relacionada amb les ocupacions del turisme que actualment existeix a Catalunya.
[Si P1 = 95 Passa a P34v2. La resta passa a P34v1]

34v1. Dels següents perfils ocupacionals, coneix, encara que només sigui de manera general, quins estudis o cursos relacionats es poden fer a Catalunya? En cas de conèixer-los, em podria dir el seu grau de satisfacció amb aquesta oferta formativa. Per això utilitzarem una escala del 0 al 10, on 0 equival a 'totalment insatisfet/a' i 10 a 'totalment satisfet/a'.

[Nota: només apareixeran les ocupacions que l'empresa hagi manifestat tenir en plantilla.]

	Coneix				
	Sí	***No***	***Grau***	***Ns***	***Nc***
a. Direcció i gerència	1	2	_____	98	99
b. Comercialització i màrqueting	1	2	_____	98	99
c. Manteniment i neteja	1	2	_____	98	99
d. Maîtres, *sommeliers* i cambrers/es	1	2	_____	98	99
e. Xefs i cuiners/es	1	2	_____	98	99
f. Auxiliars de cuina i sala	1	2	_____	98	99
g. Personal de recepció	1	2	_____	98	99
h. Animació turística*	1	2	_____	98	99
i. Guies turístics/ques	1	2	_____	98	99
j. Agents d'intermediació**	1	2	_____	98	99
k. Organització d'esdeveniments	1	2	_____	98	99
l. Assistents/es***	1	2	_____	98	99
m. Altres					
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99

**Inclou professionals i monitors d'activitats d'oci i d'esports*
***Inclou agents de viatges i/o de reserva de productes turístics (lloguer de vehicles, d'allotjament, etc.)*
****Inclou hostes/esses de viatges o d'esdeveniments*

34v2. Ens agradaria que ens digués si coneix, encara que sigui de manera general, quins estudis o cursos es poden fer a Catalunya relacionats amb el/la/l' (segons resposta P12: NOM OCUPACIÓ)**. En cas de conèixer-los, em podria dir el seu grau de satisfacció amb aquesta oferta formativa? Per això utilitzarem una escala del 0 al 10, on 0 equival a 'totalment insatisfet/a' i 10 a 'totalment satisfet/a'.**

	Coneix				
	Sí	***No***	***Grau***	***Ns***	***Nc***
a. Direcció i gerència	1	2	_____	98	99
b. Comercialització i màrqueting	1	2	_____	98	99
c. Manteniment i neteja	1	2	_____	98	99
d. Maîtres, *sommeliers* i cambrers/es	1	2	_____	98	99
e. Xefs i cuiners/es	1	2	_____	98	99
f. Auxiliars de cuina i sala	1	2	_____	98	99
g. Personal de recepció	1	2	_____	98	99
h. Animació turística*	1	2	_____	98	99
i. Guies turístics/ques	1	2	_____	98	99
j. Agents d'intermediació**	1	2	_____	98	99
k. Organització d'esdeveniments	1	2	_____	98	99
l. Assistents/es***	1	2	_____	98	99
m. Altres					
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99
(Anotar_____)	1	2	_____	98	99

**Inclou professionals i monitors d'activitats d'oci i d'esports*
***Inclou agents de viatges i/o de reserva de productes turístics (lloguer de vehicles, d'allotjament, etc.)*
****Inclou hostes/esses de viatges o d'esdeveniments*

Pensant en el conjunt de l'oferta formativa relacionada amb les ocupacions turístiques existent a Catalunya...

35. En una escala del 0 al 10, on 0 significa 'gens' i el 10 'totalment', fins a quin punt considera que la formació és important per a la competitivitat del negoci en el sector turístic?

Ns Nc
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

35B. Per quins motius li dóna a la formació aquesta importància, quant a la competitivitat del negoci? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

36. En una escala del 0 al 10, on 0 equival a 'gens satisfet/a' i 10 a 'totalment satisfet/a', em podria valorar el seu grau de satisfacció general amb l'oferta formativa relacionada amb les ocupacions del turisme present a Catalunya?

Ns Nc
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

37. A continuació, en una escala del 0 al 10, on 0 equival a 'gens satisfet/a' i 10 a 'totalment satisfet/a', podria valorar el seu grau de satisfacció amb l'oferta formativa relacionada amb les ocupacions del turisme en l'àmbit...

Ns Nc
a) De la formació universitària..... 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
b) Dels Cicles Formatius de Formació Professional..... 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
c) De la formació per a l'ocupació destinada a persones aturades..... 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
d) De la formació contínua i reciclatge professional subvencionat.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99
e) De la formació contínua i reciclatge professional no subvencionat.....0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 98 99

[Si P1 = 95 Passa a P38v2. La resta passa a P38v1]

38v1. En línies generals, diria que l'oferta formativa relacionada amb les ocupacions del turisme present a Catalunya respon a les necessitats de l'empresa?
Sí ..... 1 Passa a P40
No..... 2 Passa a P39
Ns ..... 98 Passa a P40
Nc ..... 99 Passa a P40

38v2. En línies generals, diria que l'oferta formativa relacionada amb les ocupacions del turisme present a Catalunya respon a les seves necessitats?
Sí ..... 1 Passa a P40
No..... 2 Passa a P39
Ns ..... 98 Passa a P40
Nc ..... 99 Passa a P40

39. Em podria dir per quins motius considera que l'oferta formativa no s'adequa a aquestes necessitats? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

40. Troba a faltar algun tipus de formació en l'àmbit del turisme? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
Sí 1
Quins? ESPONTÀNIA. MÀXIM 3 RESPOSTES
Anotar_____
Anotar_____
Anotar_____
No..... 2
Ns 98
Nc 99

BLOC PROPOSTES DE FUTUR

Per últim voldríem comptar amb la seva opinió de cara al futur.

41. Què recomanaria de cara a millorar la formació en l'àmbit del turisme a Catalunya? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

42. Pensant en els propers 5-10 anys, dintre del sector turístic podria destacar alguna ocupació, tradicional o nova, que tingui potencial de creixement? ESPONTÀNIA, MÚLTIPLE, MÀXIM 3 RESPOSTES
1. _____
2. _____
3. _____
Ns 98
Nc 99

43. Actualment, hi ha algun centre de formació turística que per a vostè sigui un referent?
Sí 1
Quin/s? _____
_____
_____
No..... 2
Ns 98
Nc 99

CARACTERÍSTIQUES DE L'ENTREVISTAT/DA

Ja per acabar...

44. Sexe [no preguntar]
Dona 1
Home 2
Ns 98
Nc 99

45. Em podria dir la seva edat?
_____ _____ _____ _____

Ns..... 98
Nc..... 99

46. Vostè és originari de... *(llegir)*
Catalunya o la resta de l'Estat espanyol 1
D'un altre país. Quin? _____
Ns 98
Nc 99

47. Quin és el seu nivell d'estudis màxim assolit... *(llegir)*

Sense estudis/primaris.....1
ESO (EGB, graduat escolar o similar).....2
CFGM (FP-1 o similar).....3
Batxillerat (BUP, COU o similar) 4
CFGS (FP-2 o similar) 5
Universitaris 6
Ns 98
Nc 99

48. Em podria dir quin càrrec ocupa actualment a l'empresa?

Propietari 1
Director/a o gerent.....2
Responsable de personal/RRHH/formació 3
Altres. Quin? _____
Ns 98
Nc 99

Moltes gràcies per la seva col·laboració!

8. Bibliografia

Altia Consultores (2009). *Detección de necesidades formativas en hostelería y turismo.* Gobierno de La Rioja, Servicio Riojano de Empleo.

CEDEFOP (2010). *Skills supply and demand in Europe: medium – term forecast up to 2020.*

Comissió Europea (2009). *Comprehensive setoral analysis of emerging competencies and economic activities in the European Union. Lot 12: Hotels and restaurants.* Comissió Europea, Direcció General d'Ocupació, Afers Socials i Igualtat d'oportunitats.

Comissió Europea (2011). *Survey on the attitudes of Europeans towards tourism.*

Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya (2007). *Informe sobre el sector del turisme, l'oci i la cultura a Catalunya*. Barcelona: el Consell.

Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya (2011). *Memòria socioeconòmica i laboral de Catalunya 2010*. Barcelona, el Consell.

Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya (2012). *Memòria socioeconòmica i laboral de Catalunya 2011*. Barcelona, el Consell.

Departament d'Innovació, Universitats i Empresa (2006). *Pla estratègic del turisme a Catalunya 2005-2010*. *Proposta.* Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa.

Duro, J. A. *et al*. (2009). *Estimació del PIB turístic de les Terres de l'Ebre per al període 2003-2007*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.

Duro, J. A. *et al*. (2010). *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2008*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.

Duro, J. A., Rodríguez, D. (2011). *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2010.* Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.

European Travel Comission (2010). *Demographic Change and Tourism*. Madrid: Organització Mundial del Turisme.

Exceltur (2010). *Monitur 2009, monitor de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas.*

Exceltur (2011). *Monitur 2010, monitor de competitividad turística relativa de las comunidades autónomas españolas.*

Institut Cerdà (2010). *QSR. Turisme de qualitat. Turisme sostenible. Turisme responsable*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Direcció General de Turisme.

Institut d'Estudis Turístics (2012*). Balanç del turisme. Resultats de l'activitat turística a Espanya.* Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

Institut de Turisme d'Espanya (2011). *Informe de conjuntura turística- Estiu 2011.* Madrid: Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

Llagostera, C. (2009). *Bases per a l'elaboració del nou pla estratègic del turisme a Catalunya.* Barcelona.

Mayol, X. *et al.* (2010). *Anàlisi de la situació i propostes de planificació estratègica del turisme sostenible a Catalunya.* Sabadell: Generalitat de Catalunya, Observatori del Turisme de Catalunya.

Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (2012). *Pla Nacional i Integrat de Turisme 2012-2015. Versió per la tramitació en el Consell de Ministres.* Madrid: el Ministeri.

Observatori del Treball de les Illes Balears (2010). *El mercat de treball en el sector turístic a les Illes Balears.* Palma: Conselleria de Treball i Formació. Direcció General de Planificació Estratègica.

Observatori d'Empresa i Ocupació (2012). *Balanç turístic anual. Any 2011.* Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa i Ocupació.

Observatorio ocupacional (2005). *Ocupaciones generadoras de empleo y sus perfiles ocupacionales en la actividad de hostelería.* Madrid: Servei Públic d'Ocupació Estatal – INEM.

Organització Internacional del Treball (2010). *Cambios y desafíos en el sector de la hostelería y el turismo. Documento temático para el debate en el Foro de diálogo mundial para el sector de la hostelería, la restauración y el turismo (23-24 de noviembre de 2010).* Ginebra: l'Organització.

Sánchez, M. V. *et al.* (2008). *Repercussió econòmica de la normativa sobre competitivitat del sector hoteler.* Tarragona: Universitat Rovira i Virgili, Parc científic i tecnològic Turisme i Oci.

Servei d'Ocupació de Catalunya (2012). *Recull de les Matrius de necessitats formatives per famílies i àrees formatives.* Barcelona: el Servei.

Webgrafia

Careeronestop – Pathways to career success

Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya (CTESC).

Direcció General de Turisme. Departament d'Empresa i Ocupació. Generalitat de Catalunya

Educaweb.

Fundació Tripartita per a la Formació per a l'Ocupació.

Institut Català de les Qualificacions Professionals (ICQP). Departament d'Ensenyament. Generalitat de Catalunya.

Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat). Departament d'Economia i Coneixement. Generalitat de Catalunya.

Institut d'Estudis Turístics (IET). Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme.