



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa

Ocupaciones más demandadas en el sector del Turismo y la Hostelería

INFORME

Noviembre 2015



Con la colaboración de:

Deloitte.

Índice

01.	<u>PRESENTACIÓN DEL SECTOR</u>	3
02.	<u>CONTEXTO ACTUAL</u>	3
03.	<u>TENDENCIAS CLAVE DEL SECTOR</u>	5
04.	<u>OCUPACIÓN EN EL SECTOR DEL TURISMO Y LA HOSTELERÍA</u>	7
	04.1. <u>OCUPACIONES DE MAYOR CUALIFICACIÓN MÁS DEMANDADAS</u>	7
	04.2. <u>OCUPACIONES DE MENOR CUALIFICACIÓN MÁS DEMANDADAS</u>	10
05.	<u>CONCLUSIONES Y PROYECCIÓN FUTURA</u>	12
06.	<u>FUENTES Y ARTÍCULOS CONSULTADOS</u>	14
07.	<u>WEBGRAFÍA SECTORIAL COMPLEMENTARIA</u>	14

01. Presentación del sector

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, este engloba todos aquellos viajes y estancias que llevan a cabo las personas a lugares diferentes de su entorno habitual, por un periodo comprendido entre 1 día y 1 año, con independencia de los motivos. A partir de esta definición, es posible identificar los tres principales ámbitos de actividad del sector turístico y de la hostelería:

- **Restauración:** incluye todas aquellas actividades asociadas en la provisión de comer y beber. Esto incluye cafeterías, bares, restaurantes así como los servicios de restauración para colectividades.
- **Alojamiento:** incluye todas las actividades vinculadas a la explotación de las infraestructuras que permiten al turista alojarse por un tiempo determinado, como por ejemplo hoteles de diferentes categorías, hostales, pensiones, casas rurales, balnearios, campings, albergues, etc.
- **Planificación, gestión y comercialización turísticas:** engloba todas las actividades destinadas a la gestión de servicios turísticos a través de terceros. En este ámbito se incluyen las agencias de viajes o los mayoristas y operadores turísticos encargados de promocionar, organizar y comercializar los productos turísticos.

El excelente patrimonio natural y cultural, así como una climatología favorable han contribuido a que el turismo sea uno de los principales motores de la economía, tanto española como catalana. Es importante, por otro lado, remarcar la importancia del turismo como dinamizador de otros sectores como por ejemplo el cultural, el transporte o el comercio, compensando, en algunas ocasiones, la disminución de demanda del consumo interno.

02. Contexto actual

Tendencias globales:

De acuerdo con los datos de la Organización Mundial de Turismo en 2014 se registraron 1.133 millones de visitantes en todo el mundo, representando un incremento del 4,3% respecto en 2013. En este sentido, el continente europeo continuó siendo el más visitado en 2014, con 582 millones de llegadas, un 3% más que en 2013. Aunque el continente americano experimentó el mayor crecimiento respecto al número de visitantes con un total 181 millones de visitantes, un 16% más que en 2013. Respecto a los países, Francia, Estados Unidos, España y China ocuparon los primeros lugares como países con más llegadas internacionales e ingresos turísticos.

Por otro lado, los países emergentes como México y Rusia mejoraron su posicionamiento como destinos turísticos, tanto en el número de turistas como en los ingresos turísticos obtenidos. Asimismo, cabe destacar la relevancia del sector del turismo en la economía mundial, ya que durante el año 2014 este sector contribuyó en un 9% al PIB mundial y creó 1 de cada 11 puestos de trabajo según datos de la Organización Mundial de Turismo (OIT). Además, el turismo se ha consolidado como un sector estratégico en la Unión Europea con directrices específicas de crecimiento y consolidación, impulsando programas como el COSME, dirigido a mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas europeas del sector.

Tendencias en España:

En referencia al sector turístico en España, se registró un nuevo récord histórico respecto a la llegada de turistas en España en el año 2014, alcanzando la cifra de 65 millones de visitantes, lo que representó un incremento del 7,15% respecto al año 2013. De esta manera, España ocupó la tercera posición a nivel mundial sólo por debajo de Francia y EE.UU en el año 2014. En relación al ingreso turístico, España ocupó la segunda posición a nivel mundial con 65.000 millones de dólares.

El sector turístico representó un 10,9% del PIB español y un 12% del empleo en España registrándose un total 2.204.842 de personas ocupadas en el año 2014, lo que supuso un incremento del 7,7% respecto al 2013. Por otro lado, en referencia a la Hostelería, esta actividad supuso el 66% del empleo en el sector turístico en 2014, según datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En relación con la procedencia de los visitantes, destacaron los países de Reino Unido, Francia y Alemania, los cuales representaron casi la mitad de los visitantes en el 2014.

Tendencias en Cataluña:

Cataluña volvió a ser el principal destino de los turistas en España con un total de 16.773.500 de visitantes registrados en el año 2014, lo que representó un crecimiento del 7,2% en relación al año 2013. Del mismo modo, el gasto del turismo extranjero superó los 15.000 millones de euros, un 6,1% más que en 2013.

En referencia a la procedencia de los visitantes en 2014, destacaron principalmente Francia, Reino Unido, Alemania e Italia, los cuales representaron casi el 50% de los visitantes.

Respecto al empleo, se registraron 406.300 personas ocupadas en el sector turístico en el tercer trimestre del 2015, un 13,1% del total de ocupados en Cataluña. Este dato representa un incremento del 11,6% (42.300 personas más ocupadas) respecto al primer trimestre del año 2015.

En cuanto a la hostelería, a lo largo del 2014 tuvieron lugar en torno a 50.225.200 pernoctaciones, un 1,9% más que en 2013, en los 5.539 establecimientos hoteleros, rurales y campings existentes en Cataluña.

Por otro lado, Barcelona fue la cuarta ciudad más visitada de Europa, registrándose alrededor de 8 millones de visitantes durante el año 2014.

Indicadores del sector del Turismo y la Hostelería	Contribución del sector al PIB de Cataluña⁽¹⁾	Número de trabajadores en Cataluña⁽²⁾	Número de empresas turísticas con establecimiento en Cataluña⁽³⁾
	12% (2014)	406.300 (3r trimestre 2015)	78.684 (1 de enero 2015)



(1) Datos extraídos de la página oficial del Gobierno de la Generalitat de Catalunya 2014.

(2) Datos extraídos del Observatorio de Empresa y Ocupación, Generalitat de Catalunya.

(3) Datos extraídos del informe de estructura empresarial Noviembre 2015. Observatorio de Empresa y Ocupación Generalitat de Catalunya.

03. Tendencias clave del sector

	<p>Experiencia del consumidor</p>	<p>Las empresas del sector turístico están enfrentándose a la necesidad de orientarse y adaptarse a las preferencias de los clientes y generar nuevas experiencias. Estos retos conllevan conocer y entender el nuevo perfil de consumidor que busca integrar nuevas emociones y experiencias al mismo tiempo que se satisfacen sus necesidades. En este sentido, el perfil del nuevo viajero actual se caracteriza por ser un cliente informado, formado, exigente, comparador y digital.</p> <p>Así pues, las empresas, cada vez más, están implantando programas de experiencia del consumidor, los cuales implican la personalización de servicios, la comunicación directa con el cliente mediante las redes sociales, el uso de elementos tecnológicos, el diseño de ofertas personalizadas en las plataformas 2.0, entre otros elementos.</p> <p>El sector está invirtiendo en el “turismo digital” incrementando la presencia en las redes sociales fruto del importante papel de éstas como lugar de atención y escucha de los consumidores. De este modo, se busca convertir al cliente en el mejor prescriptor del servicio y/o producto de las empresas.</p>
	<p>Inversión en nuevas tecnologías</p>	<p>Durante el año 2015, el sector ha continuado invirtiendo en la introducción de nuevas tecnologías que le permitan cambiar la experiencia del cliente con el objetivo de conocer mejor sus necesidades y preferencias de compra. Por un lado, respecto a la fidelización y socialización de los clientes, las aplicaciones móviles se han consolidado como una herramienta muy útil para establecer una comunicación más directa y cercana con los clientes.</p> <p>En relación a la promoción, el marketing online se ha convertido en una herramienta fundamental en la estrategia de promoción y presentación de productos turísticos y de hostelería (acontecimientos, destinos, hoteles, restaurantes, etc.) mediante el uso de contenidos vídeo, los cuales tienen más impacto, en sustitución de los catálogos tradicionales. Asimismo, el desarrollo de las aplicaciones móviles de realidad aumentada permiten visualizar la historia y las características del destino, aportando un valor añadido al consumidor.</p> <p>Por otro lado, gracias a la tecnología <i>Big Data</i>, las empresas podrán ofrecer una total personalización de los servicios en función de los perfiles del consumidor, el patrón y momento de la compra así como de la localización.</p>
	<p>Diversificación</p>	<p>La disminución de la estacionalidad de los viajes, el nuevo perfil del viajero y la relevancia de las redes sociales y la tecnología móvil son elementos que están conllevando un cambio de tendencia del sector hacia una mayor diversificación del negocio, más allá de las actividades tradicionales. Algunas empresas entran en mercados como la turoperación o el sector aéreo así como otros evolucionan del ámbito minorista al operador turístico global.</p> <p>Por otro lado, cada vez más se observa un crecimiento de otras formas de turismo que van más allá del tradicional turismo de sol y playa, como por ejemplo el turismo activo y de aventura, el cultural, el gastronómico, el ecológico o el de negocios. En este sentido, las agencias de viajes y los turoperadores apuestan por ofrecer paquetes dinámicos en función de las preferencias del cliente.</p>

	<p>Sostenibilidad</p>	<p>La sostenibilidad continúa siendo una tendencia clave del sector del Turismo y la Hostelería. Cada vez más, los consumidores demandan servicios compatibles con el turismo sostenible ya que se ha convertido en un motivo para la elección del destino. En esta línea, Cataluña aspira a consagrarse como la primera región del mundo en obtener el certificado <i>Biosphère</i> de la Unesco. Asimismo, cabe destacar programas como <i>Editurisme</i> dirigido a reducir el consumo de papel en las empresas del sector mediante una plataforma de software que permite el intercambio de información, o bien otras iniciativas dirigidas a disminuir la generación de emisiones de CO2 en el transporte y el alojamiento, reducir los residuos producidos por los turistas así como mejorar la eficiencia energética de los alojamientos.</p> <p>Por otro lado, se está registrando un incremento de la oferta de los llamados “Eco-hoteles” y de la restauración en torno a los productos ecológicos y biológicos, con el objetivo de dar respuesta a las nuevas demandas de los clientes.</p>
	<p>Cualificación de los profesionales</p>	<p>La creciente competitividad internacional también se observa en el sector Turismo y la Hostelería. Es por ello que se pone más énfasis en la mejora de la cualificación de los trabajadores del sector, promoviendo su desarrollo, y la consolidación de formaciones específicas que combinen elementos ligados a las nuevas tecnologías, el trato a los clientes y la gestión de sus necesidades, así como conocimientos sobre lenguas extranjeras.</p>

04. Ocupación en el sector del Turismo y la Hostelería

El sector del turismo y la hostelería ha continuado creciendo a lo largo del año 2015. La creciente llegada de turistas, el desarrollo de nuevos modelos turísticos, las nuevas formas de consumo de los clientes, así como la aplicación de las nuevas tecnologías en el sector, han favorecido el aumento de la demanda de profesionales a lo largo del año. En este sentido, el sector hace una apuesta clara por la cualificación de sus profesionales, donde la actitud y los idiomas se convierten en elementos clave. Perfiles profesionales más tradicionales, como por ejemplo camareros o bien responsables de catering, han tenido que desarrollar nuevas competencias para dar respuesta a las necesidades de los clientes actuales, más exigentes con el nivel del servicio y la calidad recibida.

Análisis de la ocupación en el sector del Turismo y la Hostelería	Tendencia actual	Previsión de crecimiento

↑ Recuperación/Crecimiento; ⇌ Mantenimiento; ↓ Decrecimiento

4.1. OCUPACIONES DE MAYOR CUALIFICACIÓN MÁS DEMANDADAS

Ocupación	Descripción	Requisitos valorados (Formación, experiencia y competencias)	Otros aspectos destacados
1 Revenue Manager	El/la <i>Revenue Manager</i> es el/la profesional encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de venta, con el objetivo principal de maximizar los ingresos, ya sea de un establecimiento o de un grupo de estos.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es necesario disponer de una titulación universitaria en turismo o bien vinculada al mundo de la empresa. Asimismo, es adecuado disponer de conocimientos sobre <i>Revenue Management</i> y <i>Yield Management</i>. Experiencia: es recomendable disponer de experiencia previa mínima de 2 años en departamentos relacionados con la venta. 	<p>Se valora que los candidatos tengan un perfil transversal, con capacidad de conocer y trabajar en más de una área concreta.</p> <p>Es importante disponer de conocimientos sobre las nuevas tecnologías y sistemas de gestión como por ejemplo ERP y PMS adaptados al sector.</p>
2 Customer Relationship Manager	El/la <i>Customer Relationship Manager</i> es el/la profesional responsable de crear e implementar estrategias de marketing orientadas a la retención y captación de nuevos clientes así como la gestión de programas de fidelización del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es imprescindible disponer de una titulación universitaria en ciencias empresariales o similar. Asimismo, es adecuado tener conocimientos de SEO y SEM. Experiencia: es necesario disponer de experiencia previa de 3 años en posiciones similares. 	<p>Es indispensable tener conocimientos de lengua inglesa, valorándose cada vez más acreditar nociones de otros idiomas</p>

Ocupación	Descripción	Requisitos valorados (Formación, experiencia y competencias)	Otros aspectos destacados
<p>3</p> <p>Director/a comercial estratégico</p>	<p>El/la director/a comercial estratégico es el/la profesional responsable de liderar y coordinar el departamento de marketing de un establecimiento turístico. Se encarga mejorar la imagen corporativa a través de la óptima gestión de los clientes y el posicionamiento de la marca.</p> <p>Su responsabilidad se centra en sacar el máximo provecho a los recursos destinados a la publicidad, promociones, <i>merchandising</i> y otras acciones comerciales desarrolladas por la compañía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación: es necesario disponer de una titulación universitaria en turismo, economía, publicidad, entre otros. Asimismo, es adecuado disponer de formación complementaria de máster relacionada con la dirección hotelera y restauración. • Experiencia: es recomendable disponer de experiencia previa de 5 años en departamentos similares. 	<p>Estos perfiles profesionales tienen que conocer el modelo de negocio y el mercado global</p>
<p>4</p> <p>Director/a de expansión hotelera</p>	<p>El/la director/a de expansión hotelera es el/la profesional encargado de planificar y gestionar correctamente los procesos que se ponen en práctica cuando los hoteles o grupos hoteleros abren nuevas unidades de negocio o absorben hoteles ya existentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación: es necesario disponer de una titulación universitaria en turismo o ligada al mundo de la empresa. Asimismo es conveniente disponer de conocimientos de dirección de empresas hoteleras. • Experiencia: es adecuado disponer de entre 3 y 4 años de experiencia profesional, valorándose especialmente la visión de negocio. 	<p>Se valora que los candidatos tengan capacidades de planificación y organización así como preocupación por el orden y la calidad.</p>

Ocupación	Descripción	Requisitos valorados (Formación, experiencia y competencias)	Otros aspectos destacados
5 Community Manager	<p>El/la <i>community manager</i> es el/la profesional responsable de construir, gestionar y moderar comunidades virtuales alrededor de una marca o empresa del sector turístico o hostelero en la red.</p> <p>Su misión es utilizar las herramientas e instrumentos que ponen a disposición las redes sociales (<i>Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn</i>, etc.) para promocionar una empresa o marca, generar contenidos atractivos, crear una imagen y atraer clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es necesario disponer de una titulación en cualquier ámbito de la ingeniería, arquitectura, ciencias sociales, periodismo, publicidad, etc. Es conveniente disponer de conocimientos de herramientas tecnológicas de retoque de imagen digital (<i>photoshop, illustrator</i>, etc.) y de programas de gestión de contenidos como <i>blogger</i> o <i>wordpress</i>, entre otros. Experiencia: es necesario disponer de experiencia previa mínima de un año. 	<p>Es importante disponer de capacidad analítica y capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Se valora que los candidatos dispongan de interés por las novedades del sector así como capacidad de aprendizaje constante.</p>
6 Informador/a turístico	<p>El Informador/a turístico es el/la profesional que orienta y proporciona la información adecuada al usuario de un servicio turístico, con el objetivo de facilitarle el viaje y la estancia, así como de enriquecer su experiencia turística. Además, también puede desarrollar tareas encaminadas a promocionar y comercializar algunos servicios turísticos, como por ejemplo hacer reservas o vender algunos productos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es recomendable disponer de una titulación universitaria en turismo, ciencias sociales o jurídicas o bien un ciclo formativo de grado superior de agencias de viajes y gestión de eventos. Hay que complementarla con cursos de informador turístico. Experiencia: se valora disponer de experiencia previa en atención al cliente. 	<p>Es adecuado disponer de conocimientos de técnicas de atención al cliente y técnicas de venta.</p>

4.2. OCUPACIONES DE MENOR CUALIFICACIÓN MÁS DEMANDADAS

	Ocupación	Descripción	Requisitos valorados (Formación, experiencia y competencias)	Otros aspectos destacados
1	Asesor/a de servicios turísticos on-line	El asesor/a de servicios turísticos on-line es el/la responsable que proporciona información y asesoramiento sobre productos o servicios turísticos y trabaja mediante conversaciones telefónicas o bien a través de las posibilidades de comunicación que ofrece Internet, es decir, sin estar presencialmente ante el cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es recomendable disponer de un ciclo formativo vinculado al ámbito del turismo. Asimismo, es adecuado complementarlo con conocimientos sobre Amadeus y Sire así como sobre herramientas CRM. Experiencia: se valora disponer de experiencia en agencias de viajes o bien como operador de marketing telefónico. 	Dada la naturaleza del sector es conveniente disponer de conocimientos sobre lengua inglesa, especialmente por aquellos/as profesionales que trabajen de cara al cliente. Asimismo, se valoran otros idiomas.
2	Comercial de hotel	El/la comercial de hotel es el/la profesional que se encarga de la representación y venta de los servicios y productos turísticos de un hotel o cadena hotelera. Su tarea consiste en comercializar la oferta de alojamiento y los servicios del establecimiento entre los diversos mayoristas, agencias de viaje, DMC (<i>Destination Management Companies</i>) y los diferentes establecimientos de hostelería (hoteles, restaurantes, etc.). En la práctica, su principal misión es aumentar el nivel de ocupación del hotel.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es necesario disponer de un ciclo formativo de grado medio o superior del ámbito del turismo y la hostelería, o comercio y marketing. Experiencia: es adecuado disponer de experiencia previa en la comercialización de servicios dentro del sector turístico. 	Los candidatos que quieran trabajar en estas ocupaciones tendrán que disponer de competencias como: orientación al cliente , empatía , iniciativa así como capacidad de comunicación . Es adecuado disponer de un nivel mediano-alto de inglés y un segundo idioma como el francés, el italiano o el alemán.
3	Recepcionista	El/la recepcionista es el/la profesional responsable de acoger, asistir e informar al cliente en un establecimiento. Su trabajo tiene funciones administrativas y comerciales. Es la primera impresión que recibe el cliente cuando llega al establecimiento y, por lo tanto, tiene que dar una imagen que transmita eficacia y profesionalidad.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es recomendable disponer de una titulación de ciclo formativo de grado superior o medio del ámbito del turismo y la hostelería. Experiencia: se valora disponer de experiencia previa en posiciones similares. 	

	Ocupación	Descripción	Requisitos valorados (Formación, experiencia y competencias)	Otros aspectos destacados
4	Jefe/a de cocina	El/la jefe de cocina es el/la profesional que planifica, organiza y supervisa el suministro, la preparación, la manera de cocinar los alimentos y la confección de los diferentes platos que se elaboran en la cocina de un restaurante o de un servicio de restauración.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es recomendable disponer de un ciclo formativo vinculado a la cocina. Asimismo es adecuado complementarlo con nociones en gestión de la cocina, contabilidad o seguridad e higiene en la cocina. Experiencia: es necesario haber ocupado diferentes cargos de cocina de rango inferior al de chef. 	Es recomendable disponer de conocimientos de atención al público, manipulación de alimentos y servicio de bar y restaurante: sommelier, cervecería, cafetería, etc.
5	Camarero/a	El/la camarero/a es el/la profesional que se ocupa del servicio de alimentos y bebidas en un establecimiento de restauración. Tiene que atender debidamente los pedidos de los clientes, velar por la calidad en todos los detalles del servicio y respetar las normas de seguridad e higiene propias de su trabajo. El camarero puede llegar a desarrollar diferentes tareas en función del tipo de establecimiento donde trabaje (restaurante, cafetería, bar, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es aconsejable disponer de una titulación de ciclo formativo de grado mediano o superior en servicios de restauración. Experiencia: se valora experiencia previa en trabajos relacionados con la restauración. 	Se valoran los conocimientos sobre la maquinaria y los productos de limpieza que se utilizan en la profesión.
6	Camarero/a de pisos	El/la camarero/a de pisos es el/la profesional que limpia y realiza el mantenimiento de las habitaciones e instalaciones de los hoteles para conseguir los niveles de higiene y calidad exigidos y prestar un servicio satisfactorio a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Formación: es recomendable disponer de un ciclo formativo vinculado a la hostelería. Asimismo es adecuado disponer de conocimientos sobre la maquinaria y productos de limpieza empleados. Experiencia: se valora disponer de experiencia previa en posiciones similares. 	

5. Conclusiones y Proyección futura

Nuevas oportunidades



- Internet, las redes sociales y las apps han impactado en el sector, generando oportunidades significativas. Se han consagrado como la mejor herramienta para darse a conocer y promocionarse en el mercado, facilitando la interacción con el consumidor, cada vez más interesado en potenciales ofertas y promociones. Las redes sociales, además, ofrecen un foro donde compartir las experiencias y difundir las características del producto.
- Las nuevas tecnologías, como por ejemplo los nuevos sistemas de gestión de reservas o las aplicaciones para móviles, ofrecen considerables oportunidades para el sector, tanto en la gestión y administración de las empresas como en la vertiente comercial y de marketing.
- El nuevo modelo de comportamiento del consumidor ha implicado que las empresas, cada vez más, tiendan a invertir en paquetes que incluyan nuevos servicios. Ello está derivando en el desarrollo de nuevas herramientas que permitirán a los clientes confeccionar su viaje en función de sus preferencias, ofreciéndoles a su vez plena flexibilidad.

Los profesionales del sector del Turismo y la Hostelería



- En el nuevo contexto del sector del Turismo y la Hostelería las empresas buscan diferenciarse respecto a la competencia potenciando la cualificación de sus profesionales, mediante formaciones específicas vinculadas al sector y relacionadas con la calidad de la atención al cliente, la personalización de los servicios y productos, y el fomento de las habilidades comerciales. Respecto los profesionales del ámbito de la restauración, a diferencia de antes de la crisis, también se ha apostado por mejorar su profesionalización.
- La diversificación de actividades y tipos de turismo, como por ejemplo el turismo ecológico o el turismo online, favorecerá la necesidad de especialización de los profesionales y la creación de nuevas ocupaciones según las nuevas necesidades y tendencias del sector.
- La diversidad de la procedencia de los clientes, así como la necesidad de ofrecerles un mejor servicio, conlleva la necesidad de que los profesionales del sector tengan que incrementar constantemente su conocimiento de varias lenguas extranjeras.
- Las empresas del sector valoran que los profesionales con mayor cualificación dispongan de competencias tales como capacidad de liderazgo, orientación a resultados así como flexibilidad y movilidad geográfica. Por otro lado, se requiere que los profesionales con menor cualificación dispongan de iniciativa y orientación al cliente.

Alertas



- La masificación de ciertos lugares turísticos está generando un modelo de turismo que puede ser poco sostenible y que puede generar conflictos de convivencia con la población local.
- El bajo nivel de conocimiento de idiomas extranjeros (especialmente otros que no sean el inglés) puede ser un obstáculo a la hora de encontrar los candidatos adecuados, especialmente para las profesiones de menor cualificación.
- En algunas ocasiones el sector turístico no se percibe como un sector atractivo para trabajar o emprender dado que se lo vincula con bajos salarios y una contratación que a menudo es de tipo temporal o estacional.
- Falta fomentar y promover el espíritu emprendedor facilitando la creación y el desarrollo de la actividad empresarial y de la ocupación en el sector del turismo, con una clara orientación hacia los mercados internacionales.

Fortalezas



- Cataluña y Barcelona disponen de un excelente patrimonio cultural y natural, hecho que ha permitido generar una oferta turística altamente diversificada, más allá del concepto tradicional de sol y playa, favoreciendo la dinamización del sector.
- Existen buenas infraestructuras para permitir la llegada de nuevos turistas a Cataluña, como son el tren de alta velocidad, la nueva terminal del aeropuerto o las ampliaciones del puerto para dar cabida a más cruceros.
- Cataluña dispone de una amplia oferta de formación profesional y universitaria en el ámbito de la hostelería y el turismo, así como del compromiso de la Administración pública para impulsar actividades relacionadas con las nuevas tendencias del sector.

La naturaleza dinámica del sector está favoreciendo la creciente diversificación de actividades turísticas. Este contexto está propiciando la necesidad de especialización de los profesionales, así como la aparición de nuevas ocupaciones.

06. Fuentes y artículos consultados

Fuentes: Últimos datos disponibles. INE; IDESCAT; Ministerio de Industria, Energía i Turismo; Exceltur; panorama OMT del turismo internacional Edición 2015.
Prensa: Europa Press; Expansión; Cinco Días; La Vanguardia.

Artículos:

Europa Press (2015).“El repunte de la demanda nacional y la caída de países competidores, claves en el ascenso del turismo” *El Mundo*.

Calvo, E.(2015). “Hoteles con energía sostenible, la nueva tendencia en el sector turismo”. *ABC*

Holgado E.(2015).“Restos del Turismo para 2015”. *Iberestudios internacional*.

Alba,C. (2015). “Fondos de inversión para aprovechar el 'boom' turístico”.*Diario Expansión*.

Serrano,N.(2015).“El nuevo mapa del sector turístico”. *Diario Expansión*

Mateo,M.(2015).“Los nuevos profesionales que toman el timón del turismo”.*Diario Expansión*.

(2015).“Els reptes del sector turístic a Catalunya”.*Unió Editorial*

07. Webgrafía sectorial complementaria

✓ Comisión Europea de Turismo.

<http://www.etc-corporate.org/>

✓ Digital Tourism Think Tank, Industry trends research.

<http://thinkdigital.travel/all-insights>

✓ Asociación Española de Profesionales del Turismo.

<http://www.aept.org/>

✓ Instituto para la Calidad Turística Española

<http://www.ictes.es/>

✓ Alianza por la excelencia turística.

<http://www.exceltur.org/>

✓ Turisme Generalitat de Catalunya

<http://web.gencat.cat/ca/temes/turisme/>

✓ Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

<http://www.minetur.gob.es/es-ES/Paginas/index.aspx>

! Catálogo de ocupaciones de Barcelona Trabajo

¿Quieres ampliar la información de las principales ocupaciones del Sector?

Conoce al detalle las tareas que realiza cada profesional, la formación necesaria para trabajar, las competencias clave asociadas y las ofertas de trabajo publicadas a los principales portales de trabajo.

www.bcn.cat/treball > [Mercado](#) > [Sectores económicos](#)

> [Mercado](#) > [Buscador de ocupaciones](#)

Descubre todo lo que Barcelona Activa hace por ti



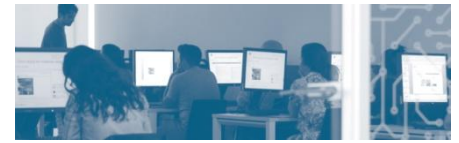
Acompañamiento durante
todo el proceso de
búsqueda de trabajo
bcn.cat/treball



Apoyo para llevar a cabo
tu idea de negocio
bcn.cat/emprenedoria



Impulso a las empresas
para ser más competitivas
bcn.cat/empresa



Formación tecnológica y
gratuita para las personas en
búsqueda de empleo,
emprendedores, empresas...
bcn.cat/cibernarium

Barcelona Activa

Sede Central

Llacuna, 162 - 164
08018 Barcelona
+34 934 019 777
barcelonactiva.cat

Acceso

Metro: L1 Glòries y Clot / L2 Clot
Bus: 7 / B21 / H12 / 60 / 92 / 192
Rodalies: R1 y R2 Clot
Tramvia: T4 Ca l'Aranyó /
T5 y T6 Can Jaumandreu
Bicing: 42 / 133 / 132



Síguenos en las redes sociales:

-  [barcelonactiva](https://www.facebook.com/barcelonactiva)
-  [barcelonactiva](https://twitter.com/barcelonactiva)
[bcn_empresa](https://twitter.com/bcn_empresa)
[elcibernarium](https://twitter.com/elcibernarium)
-  [company/barcelona-activa](https://www.linkedin.com/company/barcelona-activa)