

La opinión del colectivo empleador sobre la formación universitaria en el ámbito del turismo

BTM Business
Tourism
Market

Lloret de Mar, 14 de octubre de 2021

Información disponible del grado en Turismo



Datos básicos de la titulación



Encuesta de Satisfacción

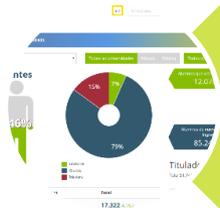


Encuesta de Inserción Laboral



Encuesta al colectivo empleador

Información disponible del grado en Turismo



Datos básicos de la titulación



Encuesta de Satisfacción



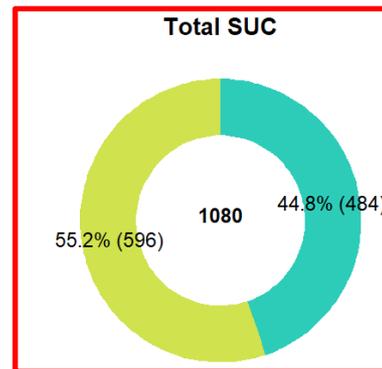
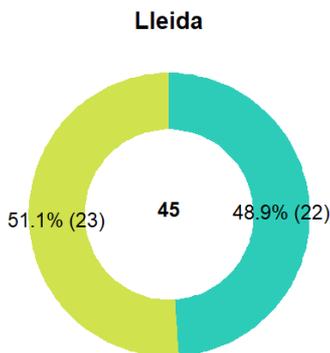
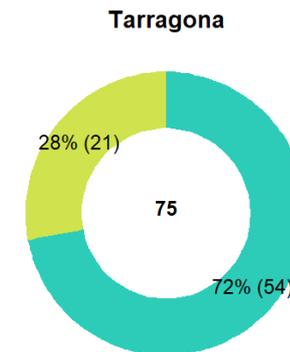
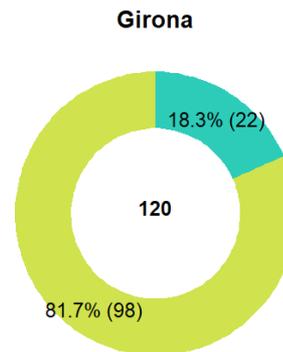
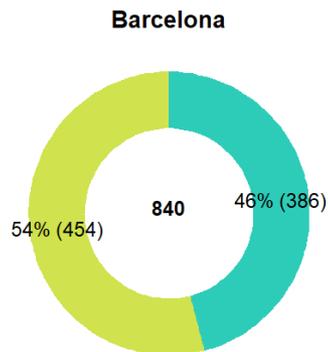
Encuesta de Inserción Laboral



Encuesta a los empleadores

Datos básicos de la titulación

- > Plazas de Turismo ofertadas y solicitadas como primera opción en Cataluña por provincia donde se imparte la docencia (convocatorias de **junio** y **setiembre** de **2021**).
- > En **negrita** y en el centro de cada gráfico, señalamos el total de plazas ofertadas.



La oferta de plazas supera considerablemente a la demanda

■ Plazas ofertadas no cubiertas por 1a opción ■ Plazas solicitadas (1a opción)

Información disponible del grado en Turismo



Datos básicos de la titulación



Encuesta de Satisfacción



Encuesta de Inserción Laboral



Encuesta a los empleadores

Satisfacción con la formación recibida

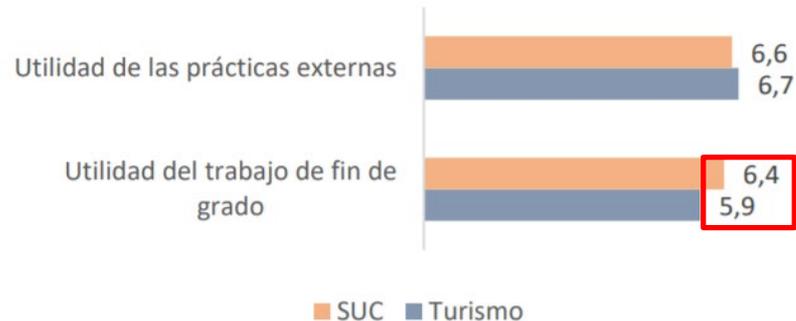
> La formación ha mejorado el nivel de los siguientes factores (de 0 a 10)



La valoración de la mejora de los resultados de la formación en Turismo es relativamente buena

Recibe una valoración próxima al 7, similar a la media de titulaciones del Sistema Universitario de Cataluña (SUC).

> Utilidad de las prácticas externas y el TFG (de 0 a 10)



La utilidad del TFG tiene una valoración de 5,9, inferior a la media del SUC (6,4).

> Satisfacción global con la titulación (de 0 a 10)



La satisfacción global con la titulación de Turismo es del 6,5, menor a la media del SUC

Información disponible del grado en Turismo



Datos básicos de la titulación



Encuesta de Satisfacción



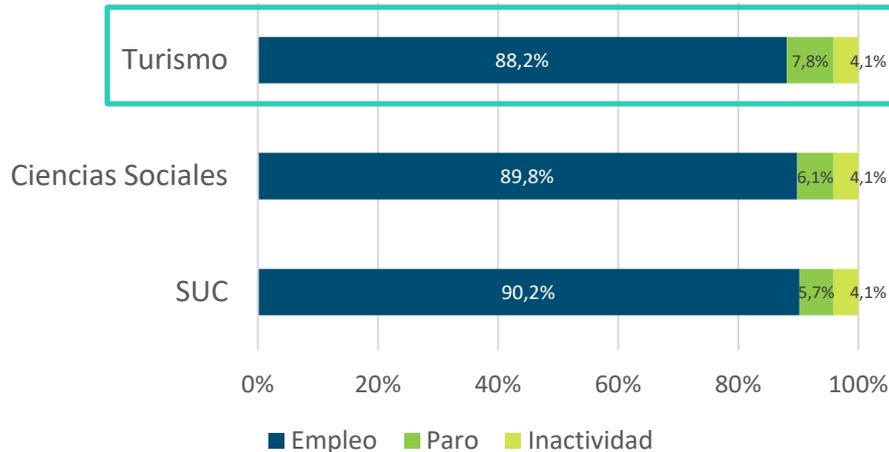
Encuesta de Inserción Laboral



Encuesta a los empleadores

Resultados de inserción laboral en Turismo

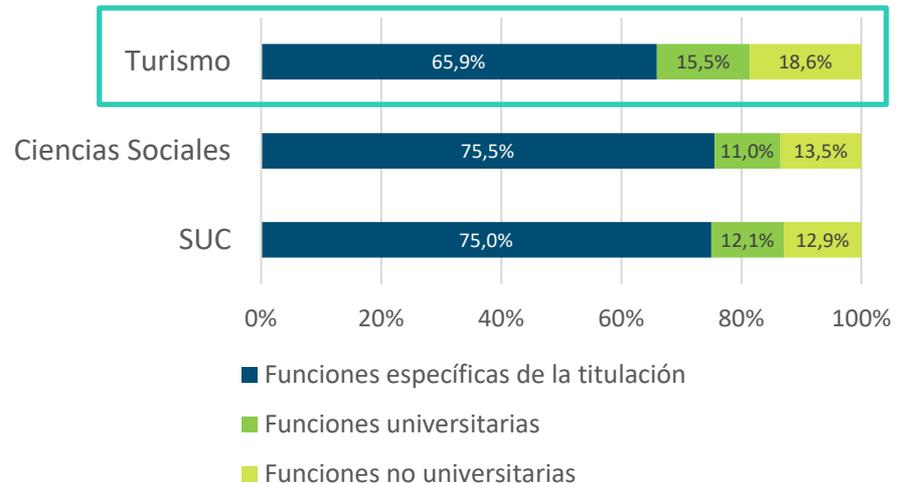
> Ocupación



La ocupación de las personas tituladas en Turismo es 2 puntos porcentuales inferior al resto de titulaciones

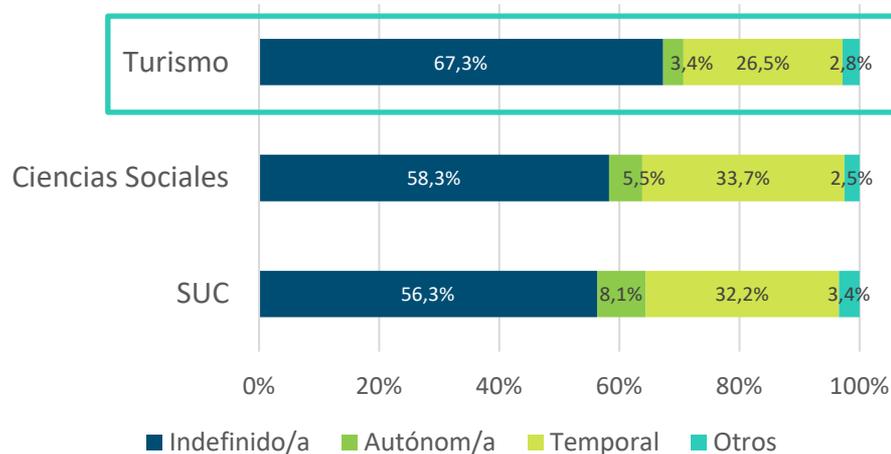
Menos de 7 de cada 10 desempeñan funciones específicas de la titulación

> Funciones específicas de la titulación

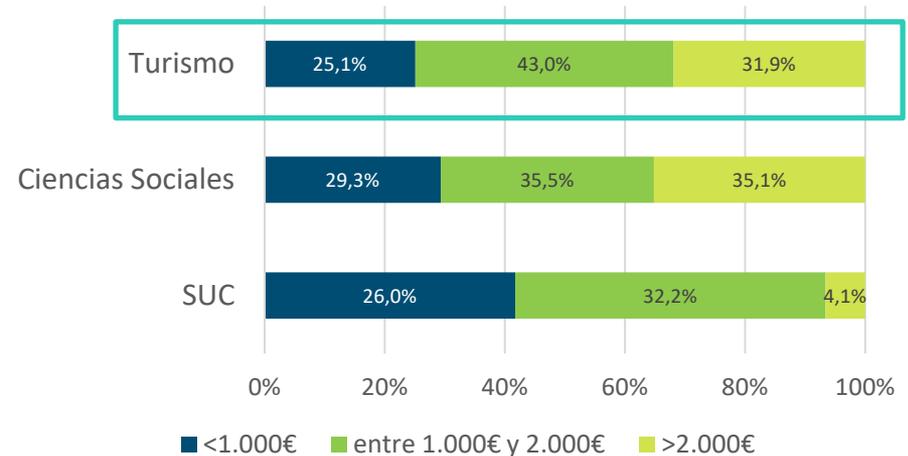


Resultados de inserción laboral en Turismo

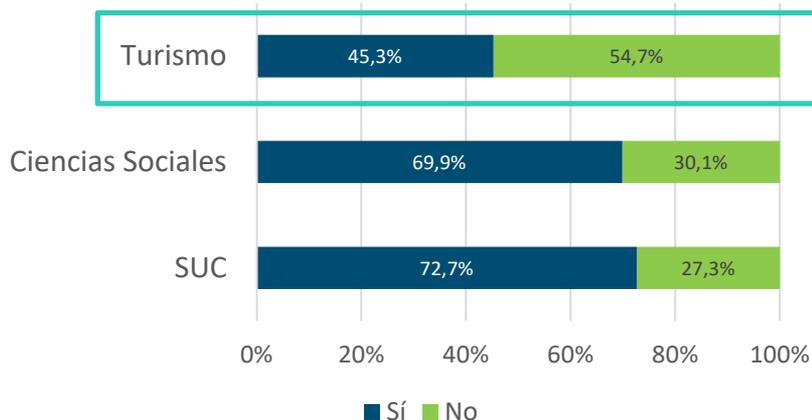
> Tipo de contrato



> Salario mensual bruto



> ¿Volvería a repetir la titulación?



También tienen salarios más bajos pero mayor estabilidad laboral

Preocupa la baja proporción de personas que volverían a repetir la titulación en Turismo

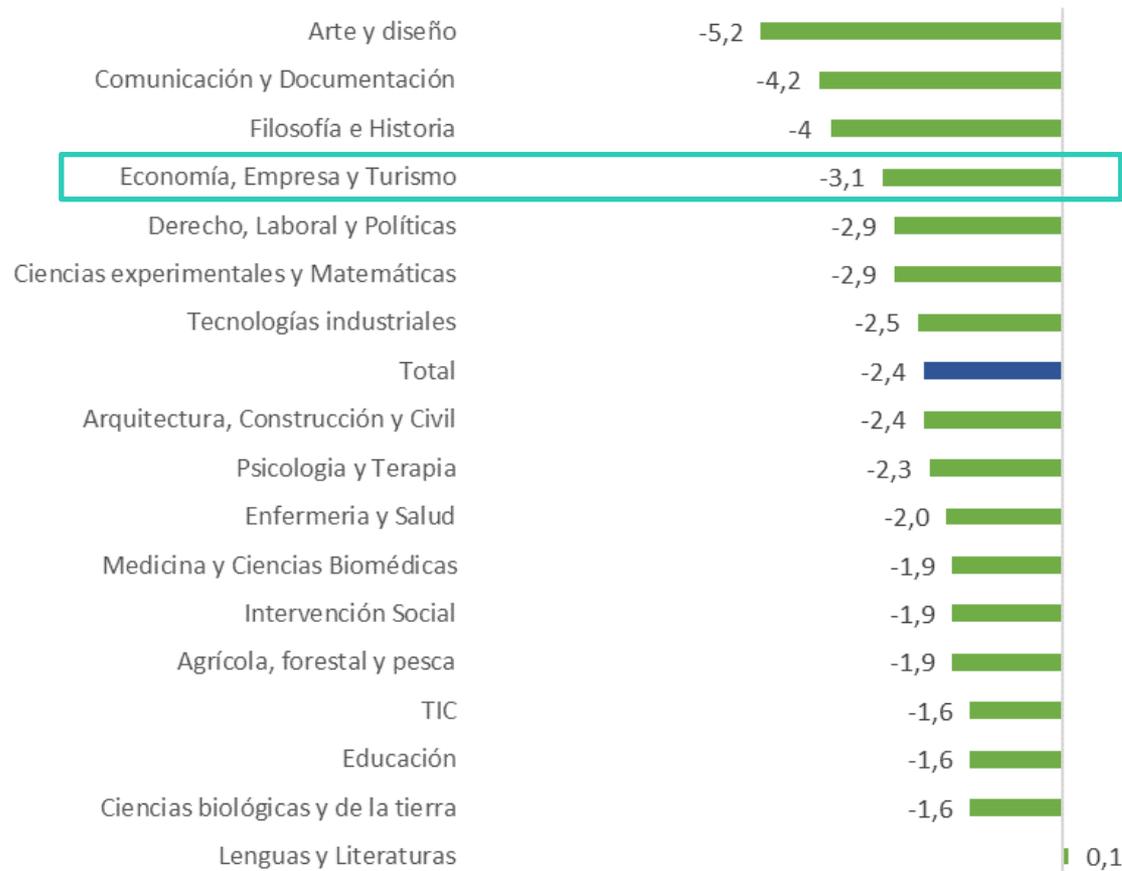
Resultados de inserción laboral en Turismo

> Motivos por los que no volverían a repetir la titulación

Motivo	% de personas que han marcado este motivo
El diseño o la calidad de la titulación no me han acabado de convencer	48,4%
No estoy satisfecho/a con las salidas laborales o la profesión derivada	46,3%
Siempre he tenido otros intereses	43,2%
Otros motivos	33,4%
No me integré bien en el grupo o con los requisitos de la titulación	3,8%

Efecto del COVID en la inserción laboral

*Diferencia en el % de afiliación de las personas graduadas del sistema universitario público entre **marzo 2020** y **octubre 2020** por ámbito educativo*



Información disponible del grado de Turismo



Datos básicos de la titulación



Encuesta de Satisfacción



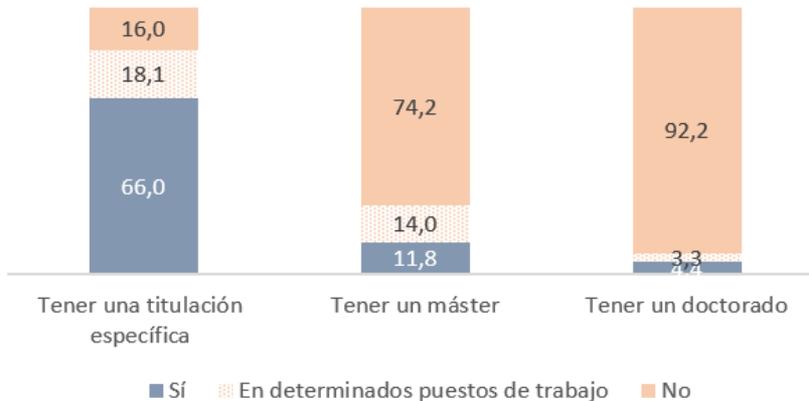
Encuesta de Inserción Laboral



Encuesta a los empleadores

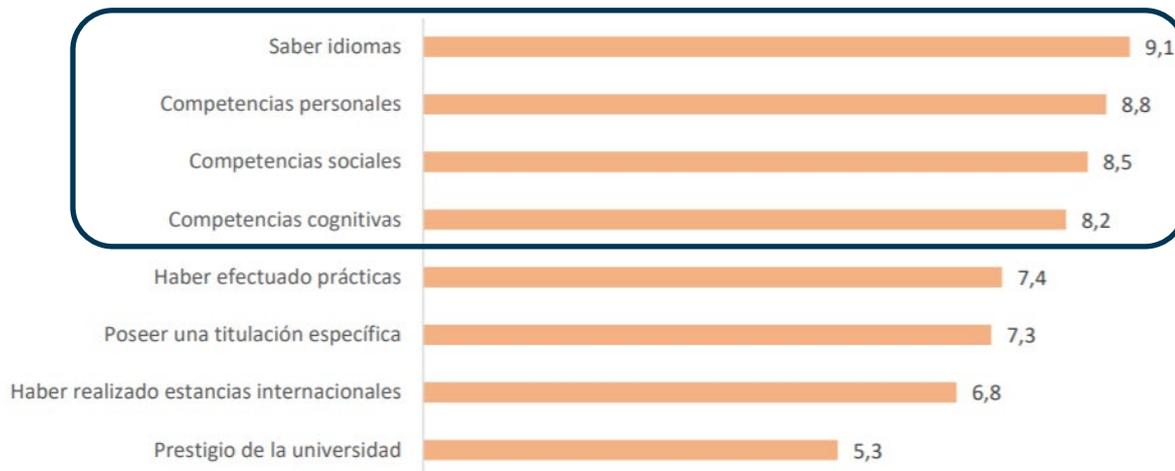
Factores para la contratación

> Importancia de la titulación para la contratación



Tener estudios de máster y/o doctorado en el ámbito del turismo no es un aspecto relevante para la contratación

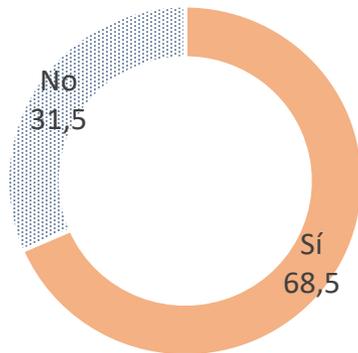
> Grado de importancia de los siguientes factores para la contratación (de 0 a 10)



Saber idiomas es el factor más valorado en la nueva contratación

Dificultades en la contratación

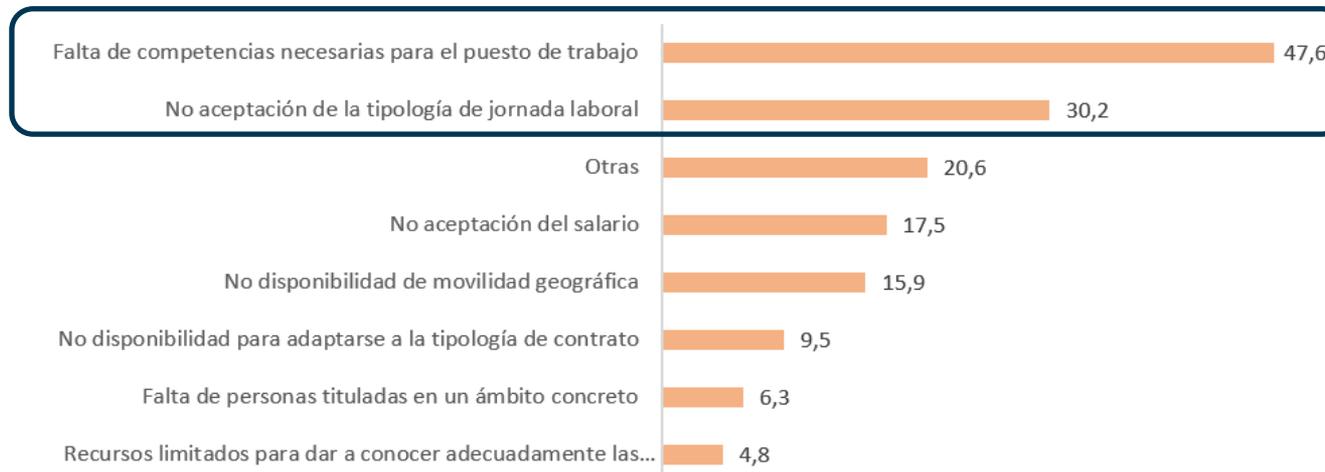
> Dificultades para contratar a las personas adecuadas (%)



7 de cada 10 empresas han tenido dificultades en la contratación

Es uno de los sectores con mayores dificultades (la media en el estudio de 2014 era del 42%)

> Motivos de las dificultades para contratar las personas adecuadas



Competencias transversales a mejorar

	% empresas
Formación teórica	3,4
Documentación	3,4
Habilidades numéricas	6,8
Uso de las herramientas de informática más habituales	13,6
Expresión escrita	13,6
Expresión oral	20,3
Liderazgo	22,0
Habilidades de negociación	23,7
Trabajo en equipo	27,1
Capacidad de aprendizaje y autoaprendizaje	27,1
Capacidad de generar nuevas ideas y soluciones	40,7
Responsabilidad en el trabajo	42,4
Formación práctica	45,8
Trabajo autónomo	45,8
Idiomas	50,8
Resolución de problemas y toma de decisiones	61,0

Más de la mitad de las empresas encuestadas consideran que la formación en Turismo debería mejorar las competencias de solución de problemas y la toma de decisiones así como los idiomas

También destacan el margen de mejora de la autonomía, formación práctica, creatividad y responsabilidad.

Competencias específicas a mejorar

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

6 de cada 10 empresas identifican la capacidad para trabajar en situaciones complejas, intensas e imprevistas.

Satisfacción con las personas contratadas

- > Satisfacción del colectivo empleador con las competencias de las personas tituladas recientemente en el ámbito del Turismo (entre 0 y 10)



Pese al margen de mejora existente, el colectivo empleador está satisfecho con las competencias de las personas tituladas en Turismo

Conclusiones

- Parece que puede haber una sobreproducción de personas graduadas en Turismo.
- Las competencias transversales a mejorar en la formación universitaria en Turismo son la resolución de problemas y los idiomas.
- Con relación a las competencias específicas
 - 6 de cada 10 empresas identifica un déficit de formación en la capacidad en trabajar en situaciones complejas, intensas e imprevistas.
 - 4 de cada 10 destacan la falta de inquietud por la mejora continua, la falta de capacidad para interpretar datos, de capacidad analítica para entender el comportamiento de la demanda del sector, y de conocimiento de todas las dimensiones del producto/servicio.
- A pesar del margen de mejora, el colectivo empleador está satisfecho con las competencias de las personas tituladas recientemente en el ámbito del Turismo (7,4 de 10)
- Las competencias que adquirirán más importancia están relacionadas con las TIC y los idiomas

Muchas gracias por vuestra atención

El copyright d'aquesta presentació (en format paper i electrònic) pertany a l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya. Qualsevol reproducció, distribució, transformació o presentació, total o parcial, del seu contingut requereix l'autorització expressa i per escrit d'AQU Catalunya, i la referència a AQU Catalunya com a font d'informació.