

LA FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL SECTOR TURISMO EN LA UNIÓN EUROPEA

Enrique Retuerto de la Torre *

I. ELEMENTOS DE CONTEXTO

1. Los datos sobre *empleo* en el sector y en los subsectores (HORECA, Agencias de Viaje y Promoción del Turismo) son confusos, en parte debido a la estacionalidad del mismo y también por la alta rotación de empresas.

Entre empleos directos e indirectos disponemos de información que cifra la población ocupada en el sector en cantidades que oscilan entre 1.300.000 y 1.500.000, en países eminentemente turísticos (Italia, España y Francia); en torno al 1.000.000 de empleos en Alemania; y alrededor de 300.000 en Grecia.

2. Se registra una tendencia a la fragmentación y *segmentación* creciente de los mercados. Con exigencias cada vez más diversificadas respecto a los servicios y con una organización empresarial dependiente de una competitividad creciente que la lleva a una gestión tipo «flujos tensos» de producción. Lo cual, a su vez, demanda una cualificación creciente también dentro de determinadas funciones (independiente-

mente de que haya una reclamación unánime de necesidades de más elevada cualificación en todas las áreas funcionales).

3. Se constata, por otra parte, una acentuación de lo que se da en llamar «*políticas de marca*» y a la reagrupación de empresas en cadenas. Con las necesidades consiguientes de recalificación o perfeccionamiento derivadas de ese sello de marca en los servicios. En este registro, las funciones de gestión y dirección son las más afectadas en términos de cualificaciones que cambian.

4. Aparecen *nuevas demandas* en un plano subsectorial —turismo rural, turismo llamado ecológico— que generan otro tipo de funciones y de competencias profesionales.

5. La *atomización* del sector, en el cuadro anteriormente enunciado, añade cambio de óptica necesarios respecto a los perfiles profesionales «modelo» para nuevos gestores de pequeña empresa. La formación turística deja de ser una prolongación especializada de una formación general en

* Director Adjunto de CEDEFOP.

economía, comercio, etc., y se encamina a la creación de ramales específicamente turísticos en los niveles universitario y post-universitario.

II. LA OFERTA DE FORMACIÓN PROFESIONAL

1. Hay un abanico de enseñanzas en los distintos países, sobre todo a nivel de secundaria técnica. Los terminales varían también según los países:

- Carreras técnicas hacia la cocina y la restauración en general existen en Alemania, Bélgica, España, Grecia, Portugal, con un nivel de post-obligatoria.
- Los niveles superior no universitario y superior universitario se reservan a especialidades de gestión, de promoción, de técnicos de agencias de viajes. Así es en Francia, Grecia, Portugal.

2. En algunos países (Grecia y España, por ejemplo) la formación profesional de segundo ciclo de enseñanzas medias puede ser utilizada como pasarela para el nivel universitario, aunque no es así en un mayor número (ejemplo: Francia, Dinamarca, Italia).

3. La formación en alternancia es la regla en Dinamarca, y la formación dual en Alemania.

4. En formación continua se dan otras cualificaciones reconocidas por las empre-

sas, que pueden llegar a niveles de cuadros y de gerentes (son los casos de Francia, de Dinamarca con la especialización «Merkmom», del meister en Alemania, de Portugal).

5. Por último, en el Reino Unido, con el funcionamiento de los Consejos para las cualificaciones profesionales, la oferta de formación y la prueba de la experiencia profesional configuran otro paisaje: cuatro niveles para el subsector de hostelería (de ellos, dos de cuadros y de gestión); cuatro niveles en el subsector turismo/agencias y promotores (siendo tres de ellos correspondientes a funciones de dirección y de supervisión).

III. ALGUNAS PISTAS PARA EL DESARROLLO DE LA FORMACIÓN EN EL SECTOR

De un importante estudio encargado por la Comisión Europea, en el programa FORCE (centrado, por lo tanto, en la formación continua), extraigo los siguientes puntos registrados como circunstanciales y de recomendación a los decisores:

1. En el conjunto de países de la U.E. el turismo crece en importancia en relación con las tasas globales de crecimiento (que decrecen). Hasta el año 2000 se pronostica una tasa media de crecimiento anual del 3,7%. El sector empleaba a más de 9 millones de personas en la U.E. de 12 millones (1993), distribuidos en 1.200.000 empresas (el 95% microempresas, con menos de 9 empleados).

2. Pese a la variedad de situaciones nacionales debidas a los diferentes cuadros reguladores del sector, así como a la diversidad de ofertas de formación según se indicaba, pueden extraerse algunas características que se repiten en todos los países. Así:

- El subsector de Hostelería y restauración recluta un gran número de jóvenes de bajo nivel de cualificación profesional, y registra una gran rotación de empleos en la que buena parte de aquellos jóvenes abandonan el subsector pronto.
- El subsector de Agencias de viaje, muy fragmentado (aunque también con fuerte concentración en grandes compañías), da una alta proporción de trabajadores independientes y de empleo femenino.
- De los estudios previos se desprende que este prototipo de microempresa espera mucho de las iniciativas de formación continua de parte de las organizaciones profesionales.

3. Queda por estructurar y desarrollar lo que podría llamarse una cooperación estable entre instituciones y representantes de ambas partes en el sector, en un plano territorial.

4. La estacionalidad, en la que normalmente trabaja el sector, provoca la fuerte rotación en el empleo, lo que no incentiva la cualificación profesional (además, muchos trabajadores consideran esta actividad complementaria a la agricultura, la construcción, incluso a los estudios generales en el caso de los más jóvenes).

Las ofertas de formación profesional han de adaptarse, pues, a esos condicionantes

De ellos parten también las recomendaciones que el grupo de expertos formula a la Comisión. Veamos algunas que tengo por más importantes:

5. Mejorar los mecanismos y los instrumentos de análisis de necesidades en los mercados, tales como:

- El mantenimiento de foros o centros regionales permanentes, que puedan congrega a todos los actores interesados y formar parte de redes más amplias (nacionales y europeas). Estos centros o foros tendrían como funciones principales: el mantenimiento de bases de datos y la evaluación regular de necesidades de formación en ambos lados de la producción (nuevas fuentes de empleo y formación, consolidación de las informaciones secundarias disponibles, incluso propuestas de iniciativas a proyectos de formación), todo ello con una representación «política» de la industria a todos los niveles necesarios.

6. Trabajar para homogeneizar la formación de base que dé acceso al trabajo en el sector, y favorecer el establecimiento de cuadros de referencia para el desarrollo de carreras profesionales para cada trabajador (formación y certificación por módulos).

Desarrollar una formación sobre la base de «competencias o conocimientos transversales» a distintas funciones, sobre todo para empleados de agencias.

Ocuparse particularmente de la formación para la dirección y la gestión (dada la estructura atomizada del sector).

7. Tratar de combinar las aproximaciones sectorial y territorial.

La lógica territorial se impone en materias como la previsión de necesidades y la financiación, y es necesaria en cualquier intento de evaluación de la formación (que resulta ser una función derivada de los objetivos de los actores afectados).

Ahora bien, en este grupo de recomendaciones no se ocultan las dificultades. De una parte, las señaladas como consecuencia de la atomización de los servicios, de la rotación del personal, etc., y de otra, la variedad de ramas implicadas (hostelería, agricultura, transporte, artesanía, actividades culturales, deportivas, etc.).

Empieza a incrementarse una orientación hacia el binomio *formación y desarrollo*, que puede contar con financiación de distintas fuentes (no obstante, aún se localizan pocas experiencias: concretamente, Francia y Bélgica).

Si se quiere agregar la eficacia (o evaluación del impacto de la formación) a esta orientación del tema, y a una atención particular a la importancia social de las facilidades a procurar para la construcción individual de carreras profesionales, habría que volver a la propuesta de centros o foros regionales (ya enunciada).

Así se ayudaría también a la creación de entramados que sirvieran a la multiplicidad

de empresas familiares (más del 60% del empleo y casi el 60% de la cifra de negocios) a afrontar sus necesidades de cualificación.

Todo ello con una gran flexibilidad en los programas de formación y en el reconocimiento de la cualificación profesional, sobre todo si se trata de funciones que no corresponden «*mutatis mutandi*» a figuras tradicionales (por ejemplo, «promotor turístico rural», o «guía de la región», o «animador del desarrollo turístico en una zona», etc.).

8. Para hacer frente al problema de la estacionalidad, se formulan recomendaciones que pueden calificarse de clásicas, como:

- Formar en conocimientos básicos a desempleados durante la baja estación.
- Incrementar la formación en prácticas y las prácticas en formación, aprovechando también los períodos más bajos.
- La difusión de medios de formación a distancia como un complemento.
- La insistencia en los conocimientos de tipo transversal para paliar los efectos de la rotación ligada a este fenómeno de estacionalidad.
- El aprovechamiento de todos los dispositivos útiles a nivel territorial (especialistas, centros, etc.).

9. Finalmente, recojo la recomendación de tratar de comprometer a las empresas del sector, junto a las instituciones públicas afectadas, a emprender algunas investigaciones-acciones de tipo transversal a sectores y subsectores, dimensiones de empresa y segmento de servicios. Podría obtenerse cofinanciación de programas europeos, y en una primera etapa podrían versar sobre:

- El tipo de competencias genéricas aplicables en el sector y transferibles, llegado el caso, a otros sectores.
- La relación entre calidad del servicio y calidad de la formación.
- El desarrollo de productos multimedia para autoformación.