



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**El Capital Humano en el Sector Turístico: Análisis de su efecto sobre la competitividad turística**

Presentado por Antonio Morales Pimienta

Tutelado por Mafalda Gómez Vega

Segovia, 7 de julio de 2021



## **Resumen**

En el presente trabajo se aborda la importancia que tiene el Capital Humano en el sector turístico, así como el análisis de su efecto sobre la competitividad turística. Previamente antes de iniciar el análisis de los datos obtenidos, se ha realizado un breve estudio del sector, abordando los factores que son más relevantes. De esta forma se ha deducido que en un mundo cada vez más globalizado, es importante que las empresas y los destinos que quieran destacar en el ámbito turístico tienen que poseer unos elementos de diferenciación, además de personal debidamente cualificado con el fin de sobresalir entre los competidores y conseguir satisfacer las necesidades de sus consumidores.

**Palabras clave:** capital humano, Competitividad turística, recursos humanos, sector turístico.

## **Abstract**

The present work addresses the importance of Human Capital in the tourism sector, as well as the analysis of its effect on tourism competitiveness. Before starting the analysis of the data obtained, a brief study of the sector has been carried out, addressing the factors that are most relevant. In this way, it has been deduced that in an increasingly globalized world, it is important that companies and destinations that want to stand out in the tourism field have to have some elements of differentiation, as well as duly qualified personnel in order to stand out among the competitors and meet the needs of their consumers

**Keywords:** human capital, Tourism competitiveness, human resources, tourism sector.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>8</b>

### CAPÍTULO 1

<b>1.1. El empleo turístico en España .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.1. Ocupados según situación profesional por actividades de la industria turística.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.2. Ocupados según edad por actividades de la industria turística. Año 2020. ....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.3. Asalariados según tipo de contrato por actividades de la industria turística. Año 2020. ....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.4. Ocupados en la industria turística según nivel de formación. Año 2020. ....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.5. Ocupados según comunidad autónoma por actividades de la industria turística. Año 2020. ....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.6. Ocupados según nacionalidad por actividades de la industria turística Año 2020. ....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.7. El género en el empleo turístico. ....</b>	<b>16</b>
<b>1.2. Concepto de capital humano .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.1. Definición a lo largo de la historia. ....</b>	<b>19</b>
<b>1.2.2. Definición general y como factor de producción .....</b>	<b>22</b>
<b>1.3. El capital humano en el sector turístico. ....</b>	<b>23</b>
<b>1.3.1. Responder a las necesidades del sector. Implantar un modelo útil de capital humano en turismo. ....</b>	<b>25</b>

1.3.2. Capital humano como estrategia competitiva .....	29
1.3.3. Decisiones estratégicas relacionadas con el capital humano .....	31
 <b>CAPÍTULO 2</b>	
2.1. El capital humano como condicionante de la competitividad ....	34
2.1.1. Definición de competitividad turística .....	34
2.1.2. Medición de la competitividad turística .....	36
2.1.3. El capital humano y la competitividad turística .....	38
2.1.4. Relación entre el capital humano y la competitividad turística (Europa) .....	39
2.2. Análisis de correlación entre capital humano y competitividad turística .....	40
 Conclusión .....	 43
 Referencias bibliográficas .....	 45

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, el sector turístico mundial integra al 11% de los trabajadores según la Organización Mundial del Turismo (OMT). En España, la industria turística es una de las actividades que más contribuyen a la economía, dada su trascendencia, en 2019 representaba un 12,4% del PIB, ocupando el 13,4% del empleo total, según las cifras del Ministerio de Industria, Comercio y Empleo (Ministerio de Industria, Comercio y empleo 2019). La actividad turística española lleva años potenciando la gestión de sus recursos humanos como un elemento diferenciador, sobre todo en este ámbito que cada vez es más globalizado y competitivo.

Muchas veces, surge el problema de no poder distinguir que clase de actividades pertenecen al área del turismo, ya que una multitud de labores pueden estar relacionadas de una manera u otra con este campo. Para entender mejor el empleo turístico y sus variables, antes tenemos que dar una definición. La Organización Mundial del Turismo, explica que el turismo abarca todas “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos (no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado)”. Por lo tanto, se puede concluir que el empleo turístico se forma para cubrir las necesidades de los turistas.

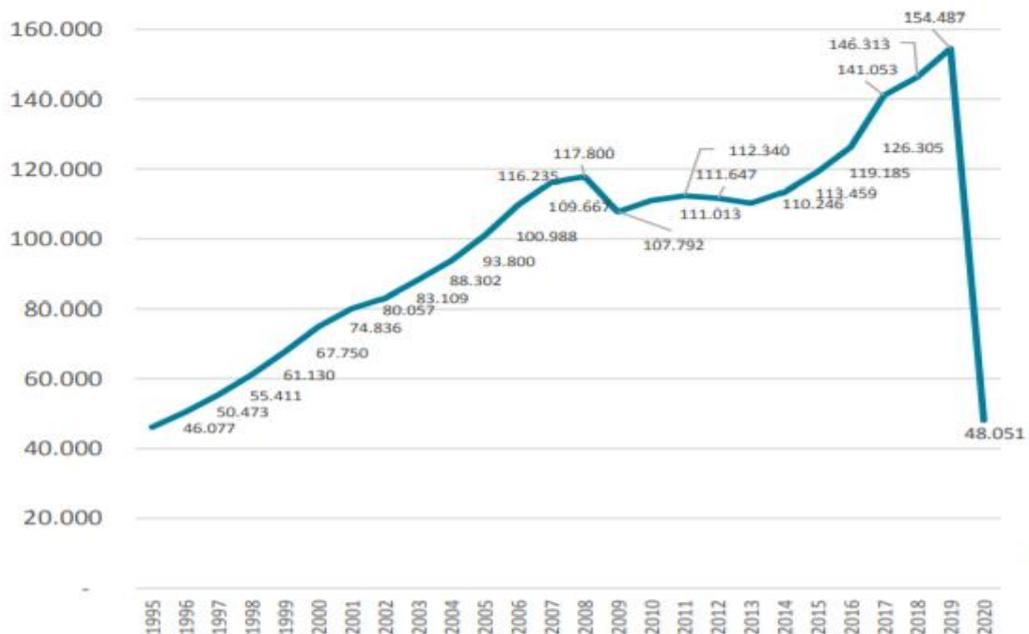
Hay que recalcar que, al existir un mercado tan globalizado, los destinos que opten por innovar tienen que elegir elementos de diferenciación que les permitan destacar entre los competidores y satisfacer las necesidades de los consumidores. Tanto para el buen funcionamiento de los recursos humanos de la empresa como por la calidad de los bienes o servicios ofrecidos.

Por su parte, hay que destacar que el sector turístico sufre estacionalidad. Por ello, cuanta mayor es la demanda turista, más alta será la creación de empleo. Este rasgo provoca una gran disparidad en el número de empleados durante los diferentes meses del año, teniendo un mayor repunte de contrataciones en el periodo vacacional. Por ello, la temporalidad genera una inestabilidad y precariedad laboral en el turismo español.

Con el inicio de la pandemia en 2020, comenzaron las restricciones sanitarias de movilidad tanto de extranjeros a nuestro país, como de españoles al extranjero. Esto supuso una pérdida en el PIB Turístico español de un total 106 mil millones de euros, pasando de representar el 12,4 % del PIB en el año 2019 a sólo un 4,3% en el año 2020. Esto ha supuesto un gran riesgo para los empresarios y empleados del sector.

Desde el comienzo del confinamiento el día 14 de marzo hasta el mes de junio, las pérdidas de los empresarios turísticos fueron casi del 100%. Hasta el 22 de junio que poco a poco dio comienzo la desescalada. Además, según Exceltur con la colaboración de la cuenta satélite (INE), la actividad turística con la pandemia ha retrocedido hasta 25 años, retomando niveles del año 1995.

**Figura 1-La actividad turística en 2020 se sitúa en los niveles de 1995 (25 años atrás)**



**Fuente:** Elaborado por Exceltur a través de la Cuenta Satélite (INE)

Toda esta situación provocó en el año 2020 que los empleados turísticos sufrieran un fuerte impacto, así, el 64% de los empleados afectado por la pandemia pertenecen al sector turístico español.

## **JUSTIFICACIÓN**

A lo largo de este trabajo se realiza un estudio sobre el Capital Humano en el sector turístico. Asimismo, se efectúa un análisis del efecto que tiene la competitividad turística, resaltando el valor que tiene el capital humano en los destinos turísticos. Para ello, primero se profundiza en los conceptos teóricos de empleo turístico, capital humano y del capital humano turístico y de la competitividad en este sector.

Posteriormente, se han analizado diversas tablas de los ocupados por actividades en la industria turística en el año 2020. De esta manera, se puede conocer como el capital humano y los elementos de diferenciación de la organización son los responsables de los éxitos y los fracasos. Puesto que, al vivir en un mundo tan globalizado, cualquier empresa puede obtener los mismos recursos como fuente de ventaja competitiva. Pero, ante todo, el principal factor que posee la empresa son los seres humanos que trabajan en ella.

Hay que destacar dos conceptos que no podemos olvidar: la eficacia, y la eficiencia. Los empleados del sector tienen que ser eficaces de manera que consiga alcanzar el fin u objetivo que tiene fijado la empresa. Por consiguiente, un trabajador eficiente es aquel que consigue alcanzar el fin u objetivo fijado por la empresa, siempre, aprovechando la menor cantidad de los recursos. En definitiva, un trabajador eficiente puede reducir los gastos y costes de la empresa, lo que se resumirá en beneficios para el empresario.

Tras esta introducción y justificación, el presente TFG se estructura como sigue, en el primer capítulo. Por lo tanto, se puede concluir que el objetivo de este Proyecto Fin de Grado es relacionar la formación que poseen los trabajadores con un mayor índice de la competitividad en los países de Europa y, así, demostrar que los empleados que tienen un mayor nivel formativo podrán en definitiva optar a mejores puestos y salarios.

## **CAPÍTULO 1**

## 1.1. El empleo turístico en España

Como se ha mencionado anteriormente, el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes de España. Según los datos de Turespaña, en 2020 del número total de empleados a nivel nacional, un 12,43% pertenece a actividades de la industria turística, un porcentaje que está por encima de la media mundial. A continuación, se reflexiona sobre una serie de datos vinculados al empleo para el año 2020, destacando los resultados que se han considerado más relevantes.

### 1.1.1. Ocupados según situación profesional por actividades de la industria turística. Año 2020

**Tabla 1:**

	<b>Total</b>	<b>Asalariados</b>	<b>Autónomos</b>
<b>Total</b>	<b>1.785.687</b>	<b>1.435.728</b>	<b>349.530</b>
<b>Actividades</b>			
<b>Industria</b>			
<b>Turística</b>			
<b>Total</b>	<b>10.847.681</b>	<b>9.163.512</b>	<b>1.679.181</b>
<b>Actividades</b>			
<b>Sector</b>			
<b>Servicios</b>			
<b>Total</b>	<b>14.366.338</b>	<b>12.048.756</b>	<b>2.311.700</b>
<b>Actividades a</b>			
<b>Nivel</b>			
<b>Nacional</b>			

**Fuente: Turespaña.** - Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de población Activa (INE)

En la tabla 1, se puede observar como las actividades de la industria turística supone un 16,46% del total de actividades del sector servicios (uno de los más importantes) y un 12,43% del total de actividades a nivel nacional. Por otro lado, en la industria turística, la

hostelería ocupa un 62,02% del empleo, de los cuales la mayor parte un 77% pertenece a los servicios de restauración.

Otro de los datos que destacan, es que, de los empleados de la industria turística, un 80,4% son asalariados, mientras que sólo un 19,6% son autónomos. Asimismo, según esta tabla, en el sector servicios un 84,47% son asalariados y un 15,47% son autónomos. Por último, en el total de actividades a nivel nacional, el 83,87% son asalariados y un 16,09% autónomos.

### 1.1.2. Ocupados según edad por actividades de la industria turística. Año 2020

**Tabla 2:**

	<b>TOTAL</b>	<b>16-29 Años</b>	<b>30-44 años</b>	<b>45 años y más</b>
<b>Total Actividades Industria turística</b>	<b>1.785.687</b>	<b>354.326</b>	<b>690.149</b>	<b>741.213</b>
<b>Total Actividades Sector Servicios</b>	<b>10.847.681</b>	<b>1.470.926</b>	<b>4.165.314</b>	<b>5.211.442</b>
<b>Total Actividades a Nivel Nacional</b>	<b>14.366.338</b>	<b>1.857.544</b>	<b>5.585.942</b>	<b>6.922.852</b>

**Fuente: Turespaña.** - Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Población Activa (INE).

En la tabla 2, se observa que la mayor parte de los empleados del sector turístico se encuentran entre el grupo de los mayores de 45 años, una cifra que se repite en casi todos los subsectores del turismo. La segunda categoría de mayor consideración sigue siendo el grupo de edad que engloba entre los 30 a los 44 años. Sin embargo, hay que subrayar

que los jóvenes también tienen un gran peso en el turismo en comparación con el sector servicios.

Por otra parte, el sector de la restauración es en el que más jóvenes se concentran, al contrario que en el ámbito de transporte, donde más de un 58% los empleados tienen más de 45 años.

### 1.1.3. Asalariados según tipo de contrato por actividades de la industria turística.

**Año 2020**

**Tabla 3:**

	<b>Total tipo de contrato</b>	<b>De duración indefinida</b>	<b>Temporal</b>
<b>Total Actividades Industria Turística</b>	<b>1.435.728</b>	<b>1.054.839</b>	<b>380.890</b>
<b>Total Actividades Sector Servicios</b>	<b>9.163.512</b>	<b>7.042.358</b>	<b>2.121.155</b>
<b>Total Actividades a Nivel Nacional</b>	<b>12.048.756</b>	<b>9.172.052</b>	<b>2.876.704</b>

**Fuente: Turespaña.** - Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Población Activa (INE).

Con los datos de la tabla 3, podemos ver que, la mayoría de los contratos de la industria turística son de duración indefinida (fijos), un 73,47% de los contratos son de duración indefinida, mientras que un 26,53% son contratos temporales. Hay que hacer hincapié, en la predominancia los contratos fijos, aunque si nos fijamos por subsectores se ve como en el de la restauración, los contratos temporales llegan a casi un 31,7 %, debido a la estacionalidad en el sector, esta estacionalidad también esta vinculada con el bajo nivel

de formación y la precarización por parte de la distribución de los empleados en este sector

Respecto a los porcentajes del sector servicios y del total nacional, los contratos temporales están muy por encima de la media. Mientras que el transporte de viajeros está formado por un 84,18% de contratos fijos, debido a la experiencia requerida.

#### 1.1.4. Ocupados en la industria turística según nivel de formación. Año 2020

**Tabla 4:**

	<b>Total</b>	<b>Estudios Primarios</b>	<b>Estudios Secundarios</b>	<b>Estudios Superiores</b>
<b>Total Actividades Industria Turística</b>	<b>1.785.687</b>	<b>105.331</b>	<b>1.117.802</b>	<b>557.277</b>
<b>Total Actividades Sector Servicios</b>	<b>10.847.681</b>	<b>404.763</b>	<b>5.026.300</b>	<b>5.390.785</b>
<b>Total Actividades a Nivel Nacional</b>	<b>14.366.338</b>	<b>675.658</b>	<b>7.120.474</b>	<b>6.519.736</b>

**Fuente: Turespaña.** - Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Población Activa (INE).

Atendiendo a la tabla 4, se puede señalar que la mayoría de los trabajadores del sector tienen estudios secundarios, con un porcentaje de un 62,6%. De esta manera, los trabajadores con estudios superiores tan solo representan un 31,2%. Por su parte, el porcentaje de operarios con estudios primarios es de un 6%. Además, hay mayor número de personas trabajando con formación básica en el sector turístico que en todo el sector servicios y a nivel nacional. Es un sector muy poco formado, excepto en otras actividades

de la industria turística que el porcentaje de empleados con estudios secundarios y superiores llega al 98%. En cambio, en el sector hostelero y en el de restauración es donde más empleados con estudios primarios hay contratados, es decir, los empleados con menos formación trabajan en los servicios de alojamiento y en los servicios de comidas y bebidas.

#### 1.1.5. Ocupados según comunidad autónoma por actividades de la industria turística. Año 2020.

Tabla 5:

	<b>Total Nacional</b>	<b>Andalucía</b>	<b>Baleares (Illes)</b>	<b>C. Valenciana</b>
<b>Total Actividades Industria Turística</b>	<b>1.785.687</b>	<b>286.614</b>	<b>88.755</b>	<b>186.670</b>
<b>Total Actividades Sector Servicios</b>	<b>10.847.681</b>	<b>1.688.148</b>	<b>322.980</b>	<b>1.110.035</b>
<b>Total Actividades a Nivel Nacional</b>	<b>14.366.338</b>	<b>2.250.363</b>	<b>397.276</b>	<b>1.511.858</b>

	<b>Canarias</b>	<b>Cataluña</b>	<b>Madrid (C.de)</b>	<b>Resto CCAA</b>
<b>Total Actividades Industria Turística</b>	<b>166.895</b>	<b>316.538</b>	<b>277.395</b>	<b>462.820</b>
<b>Total Actividades</b>	<b>556.154</b>	<b>1.874.132</b>	<b>1.935.242</b>	<b>3.360.992</b>

<b>Sector Servicios</b>				
<b>Total Actividades a Nivel Nacional</b>	<b>642.932</b>	<b>2.500.642</b>	<b>2.278.737</b>	<b>4.784.531</b>

**Fuente: Turespaña.** - Elaboración propia a partir de los datos de la

Encuesta de Población Activa (INE).

En la tabla 5 nos damos cuenta de que las principales comunidades autónomas en cuanto a turismo se refieren son: Cataluña, Andalucía, y Madrid. Seguidas de Comunidad Valenciana, y los dos archipiélagos Baleares y Canarias. Estas 6 comunidades suponen un 74,09% del empleo turístico, mientras que las 11 comunidades autónomas restantes supondrían un 25,91%, esto provoca una gran concentración de viajes en las primeras 6 comunidades.

Se puede apreciar como el empleo turístico se concentra principalmente en las zonas más demandadas por los turistas: en el litoral mediterráneo, Madrid y los dos archipiélagos

#### **1.1.6. Ocupados según nacionalidad por actividades de la industria turística Año 2020.**

**Tabla 6:**

	<b>Total Nacionalidad</b>	<b>Española</b>	<b>Extranjera</b>
<b>Total Actividades Industria Turística</b>	<b>1.785.687</b>	<b>1.426.531</b>	<b>359.156</b>
<b>Total Actividades</b>	<b>10.847.681</b>	<b>9.569.289</b>	<b>1.278.392</b>

<b>Sector</b>			
<b>Turístico</b>			
<b>Total</b>	<b>14.366.338</b>	<b>12.628.508</b>	<b>1.737.830</b>
<b>Actividades a Nivel Nacional</b>			

**Fuente: Turespaña.** - Elaboración propia a partir de los datos de la

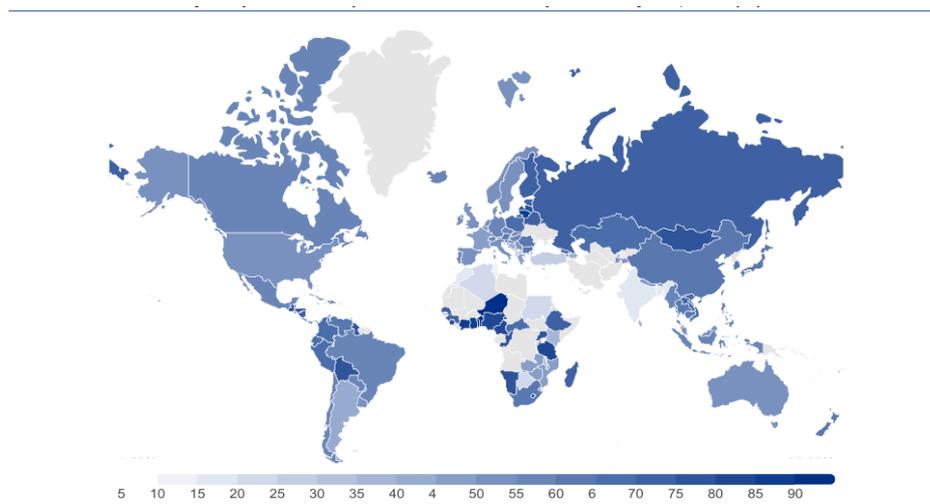
Encuesta de Población Activa (INE).

Observando la tabla 6 vemos que, en España la industria turística se divide en un 79,9% de trabajadores de nacionalidad española y un 21,1% de nacionalidad extranjera. Claramente se puede ver un dominio de extranjeros en las actividades de la industria turística, si estos datos los comparamos con el total de trabajadores de España, el porcentaje es casi un 10% menor de extranjeros que en el sector turístico. También, hemos de destacar que en general hubo un éxodo de extranjeros en épocas de crisis.

### **1.1.7- GÉNERO**

Las mujeres tienen una gran presencia dentro del sector turístico constituyendo una parte fundamental. A nivel internacional, atendiendo al informe Global sobre la mujer en el turismo realizado en 2019 por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el 54% de los trabajadores de este ámbito eran mujeres (figura 1). Una cifra muy superior si se compara con el total de mujeres empleadas en la economía global, un 39% (OMT, 2019).

**Figura 2- Porcentaje de personas empleadas en el turismo que son mujeres, 2018 (%)**



**Fuente:** Organización Mundial del Turismo (OMT)

Por su parte, a nivel nacional, también destaca el papel de la mujer en este sector, puesto que conforman el 57,83% del total de empleados. Asimismo, son ellas las que “representan el 80% del total de diplomados y diplomadas en turismo” (ANECA, 2004, como se citó en Íñiguez-Berrozpe, Latorre y Plumed, 2014).

No obstante, la realidad del mercado de trabajo en el turismo es otra, dado que existe una desigualdad de género que es evidenciable a través de los diferentes datos. Hosteltur, portal especializado en turismo, basándose en el informe de Woman in Travel, señala que solo el “33% de las mujeres ocupa cargos de alta responsabilidad”. Pero si se hace hincapié en las mujeres que desempeñan un cargo en la gerencia de hoteles, el número es aún más bajo, ya que el 80% de los puestos de director y subdirector de los hoteles están ocupados por hombres” (Íñiguez-Berrozpe, Latorre y Plumed, 2014).

Por lo tanto, vemos como son los hombres los que siguen ocupando los puestos de alta responsabilidad. Aunque esta no es la única problemática a la que se enfrentan las mujeres al entrar al mundo laboral. Otras de las barreras con las que se encuentra este grupo de población es la brecha salarial. La OMT (2019) calcula que las mujeres ganan un 14,7% menos como empleadas del sector turístico que sus compañeros varones, ligeramente menor si lo comparamos con el total de la economía (16,8%).

Como se observa, a pesar de que ellas tienen una mayor formación en estudios superiores, son un número reducido las que accede a puestos altos. Un ejemplo, se puede encontrar

en los ministerios de turismo donde solo un 23% están regidos por mujeres. “Si el nivel educativo determina el puesto que se ocupa en las empresas, las mujeres deberían ocupar la mayor parte de los puestos directivos ya que son mayoría las mujeres con estudios superiores” (Huete, Brotons y Sigüenza, 2015).

En definitiva, queda demostrado como el sector turístico está mayoritariamente feminizado, a excepción de algunos ámbitos como el del transporte, donde la gran mayoría son hombres, siendo el porcentaje de mujeres conductoras muy bajo, con tan solo un 27,2% (Europa Press, 2021). Además, la precarización del sector turístico marcado por la temporalidad y la estacionalidad se ceban especialmente con este grupo, que ya de por si tiene se enfrenta a mayores barreras.

## **1.2. Concepto de capital humano**

Para conocer la importancia que tiene el capital humano es necesario abordar este concepto. Pero para ello, primero, hay que desarrollar el término de capital.

La web Economipedia define el capital como “uno de los cuatro factores de producción junto con la tierra, el trabajo y la tecnología. Se caracteriza por comprender todos los bienes durables que se destinan a la fabricación de otros bienes o servicios” (Nicole, 2017). Por tanto, el capital es un elemento necesario para la producción de bienes de consumo.

No se puede hablar de capital, sin nombrar a Marx (filósofo alemán, economista, sociólogo y periodista alemán), que planteó hace 154 años la transformación del dinero en capital, y desarrolló el concepto de plusvalía, actualmente definida como el beneficio obtenido como resultado de una diferencia positiva entre el precio al que se compró un bien y el precio de su venta, es decir, la ganancia extra del empresario.

El capital sirve para generar valor, y se debe combinar con los otros factores productivos, a la vez que aumenta la productividad de dichos factores productivos. Sin embargo, siempre que el capital se mantenga fijo y a su vez los demás factores aumenten, el alza de productividad se volverá decreciente. Asimismo, el objetivo del capital es la obtención de ganancias o intereses sobre la actividad económica o instrumento financiero donde se invierte el dinero.

Uno de los valores fundamentales para fortalecer la economía de un país es la capacidad que este tiene para atraer capitales, que a su vez fortalecerá su economía y redundará en la creación de empleo. Pero la palabra capital ha sido acuñada al lado de otros sustantivos, conformando distintos significados:

- **Capital financiero:** Representa la totalidad del patrimonio de una persona a precios de mercado.
- **Capital social:** Son las aportaciones que los socios de una empresa entregan y por las que obtienen una parte de la propiedad de la firma.
- **Capital riesgo:** Se trata de la inversión en el capital de empresas privadas (que no cotizan en bolsa).
- **Capital flotante:** Es el porcentaje del accionariado en circulación de una compañía susceptible de ser adquirido por los inversores minoristas.

Y, por último:

- **Capital humano:** Es una medida del valor económico de las habilidades profesionales de una persona.

### 1.2.1. Definición a lo largo de la historia

A continuación, se desarrollará este concepto a través de los diferentes autores que han introducido y revisado este término.

El concepto de capital humano apareció por primera vez de manos del economista Adam Smith; en 1776, en su libro «La riqueza de las naciones», incluyó como parte del capital todas las capacidades adquiridas y útiles de todos los habitantes de una nación, proponiendo con ello una similitud entre los hombres y las máquinas productoras. “Todo agregado a un personal obrero, es considerado capital adquirido como beneficio del mismo, en base al tiempo, cantidad y calidad de trabajo establecido” (Castro, 2020).

La teoría del capital humano se fortalece a partir de 1960 especialmente desde los estudios aportados por los neoclásicos americanos. Por su parte, ese mismo año en la conferencia pronunciada por Theodore W. Shultz en la American Economic Association, como

sinónimo de educación y formación. Hace énfasis en la educación y la considera como una inversión, resaltando la importancia en la calidad de vida en las personas, a la hora de invertir en capital humano. Gracias a este autor se estableció la rama de la ciencia económica denominada economía de la educación.

Igualmente, en esta década “el término fue popularizado por dos economistas estadounidenses, Gary Becker y Jacob Mincer, quienes lo utilizaron para “describir la combinación de habilidades, conocimientos, experiencia, hábitos y personalidad de cada persona y cómo esto se puede utilizar de forma productiva” (Oscar Pérez, 2018).

Becker (1964) sistematizó los aportes de Schultz y desarrolló formalmente la teoría en su libro *Human Capital*, donde explica como la eficiencia productiva y los ingresos de un individuo se verían incrementados si de manera racional invierten en su educación y en su formación.

Mincer (1974), en el «El valor de la Experiencia», analizó por primera vez la relación entre la distribución de las retribuciones y el capital humano.

Con estos dos autores se formalizó la teoría de la educación como una inversión en capital humano, con las cuales se han desarrollado estudios econométricos en muchos países.

- La teoría del Filtro o de Selección elaborada originalmente por Arrow (1973) y Spence (1973). Señala que los grados académicos poco tienen que ver con el aumento de la productividad, pero sí sirve para permitir seleccionar a los empleados para un determinado puesto de trabajo. La educación solo sirve como filtro o mecanismo de selección. La teoría del capital humano se basa en el supuesto básico de que un incremento en la educación provoca uno equivalente en la productividad del trabajo, mientras que la hipótesis de señalización argumenta, por el contrario, que el mayor pago recibido por los más educados refleja un fenómeno de señal más que una mayor productividad. (Barceinas, 2001:2)
- Collins en 1979 popularizó el término Credencialismo. Sostiene que la educación asume el objetivo de seleccionar a aquellos que ocuparán los puestos de mayor responsabilidad y percibirán las mejores retribuciones. Además, Collins niega que la educación contribuya a incrementar

la productividad en el trabajo, ya que la formación profesional se adquiere de la experiencia profesional en mayor medida que la escuela. Asume que los individuos buscan credenciales (proporcionados por el sistema educativo) para competir por un puesto de trabajo.

- Lewis, en 1980, retoma otro de los conceptos de Shulthz, el de la salud, y considera la alimentación y la salud como factores determinantes de la productividad de los trabajadores. Las empresas deberían tener presente estas premisas y proporcionar a sus trabajadores acceso a servicios médicos, correctos hábitos alimenticios y residencias adecuadas para el descanso, de cara a garantizar el aumento de la productividad.
- Thurow, en 1983, propone la Teoría de la Competencia por los Puestos de Trabajo. Se trataría de competir por los puestos de trabajo y no por los salarios. Los más educados son los más aptos para ser formados, ya que suponen un coste menor de adiestramiento. La educación es una señal de los costes de formación

No se puede concluir sin introducir la variable de Clase Social. El investigador Francisco Miguel Martínez Rodríguez expone que este concepto “determina la cantidad y tipo de educación, el tipo de trabajo y el nivel ocupacional. La titulación es importante pero la socialización que ha recibido el individuo ha sido fundamental para la adquisición de determinadas habilidades y destrezas” (Martínez, 2009).

De la misma manera, la investigación llevada a cabo por Bourdieu y Passeron en 1967 destaca la importancia de nacer en ambientes sociales favorecidos ya que la herencia no es solo económica sino también cultural (Castón, 1996). Demuestran que el sistema escolar y universitario funciona como instancia de selección, de segregación social en beneficio de las clases superiores y en detrimento de las clases medias y bajas.

Por último, (Blanco, 1997) sintetiza el papel de la educación en el mercado de trabajo de la siguiente forma: los más educados ganas más dinero porque la educación ha incrementado su productividad (**Teoría del Capital Humano**), son destinados a puestos de trabajo mejores (**Teoría de la Competencia por los Puestos**) y la educación es una señal de habilidad (productividad) innata del individuo que no es observable (**Teoría del Filtro y de la Señalización**)

### **1.2.2. Definición general y como Factor de Producción**

El Capital Humano se puede presentar “como un estímulo para la inversión pública y privada, en el conocimiento, la preparación de las personas y el incremento de su productividad” (Cardona, Montes, Vásquez, Villegas y Brito 2007). A su vez, el autor Lillo Bañuls la define como “la cantidad de conocimientos útiles y valiosos acumulados por los individuos en el proceso de educación y formación. Incluye la capacidad y el talento innatos, así como la educación y las cualificaciones adquiridas, y suele estar fuertemente condicionado por el entorno familiar” (Bañuls, 2007).

Por tanto, se puede considerar que este término es un recurso intangible que está compuesto por personas que tienen metas o propósitos las cuales los motiva a cambiar de trabajo en cualquier momento según sus necesidades y conveniencias particulares. Se puede definir también como los conocimientos, la experiencia y las condiciones de salud que facilitan capacidades y habilidades, y que hacen económicamente productivas y competentes a las personas dentro de una determinada industria; es decir, la educación, la experiencia y las habilidades de un empleado tienen un valor económico. (Acevedo, Montes G., Vásquez, Villegas y Mejía, 2012).

Una de las principales herramientas de inversión es la formación continua de los profesionales. Para lograr el óptimo desempeño del capital humano se debe formar continuamente al personal; dicha formación va a generar, a través de la motivación y de las herramientas adecuadas para el trabajo, bienestar que redundará en rendimiento laboral.

“Para designar el capital humano de una organización se utiliza el concepto de recursos humanos. Por eso las empresas cuenta con departamentos de recursos humanos, bien propios o contratados, para atender a la selección, gestión y optimización del personal” (Sevilla, 2019).

La relación entre el capital y el rendimiento productivo se establece a través de la relación entre capital humano y calidad: el capital humano puede y debe aportar calidad al servicio para que este sea mejor, diferente, elegible y elegido. Una manera de reconocer la calidad del servicio es a través de los indicadores de satisfacción del cliente, por lo que es habitual

que a través de distintos cuestionarios y encuestas se recojan las valoraciones del cliente; estas herramientas nos pueden proporcionar el feed-back necesario para establecer puntos de mejora de la productividad.

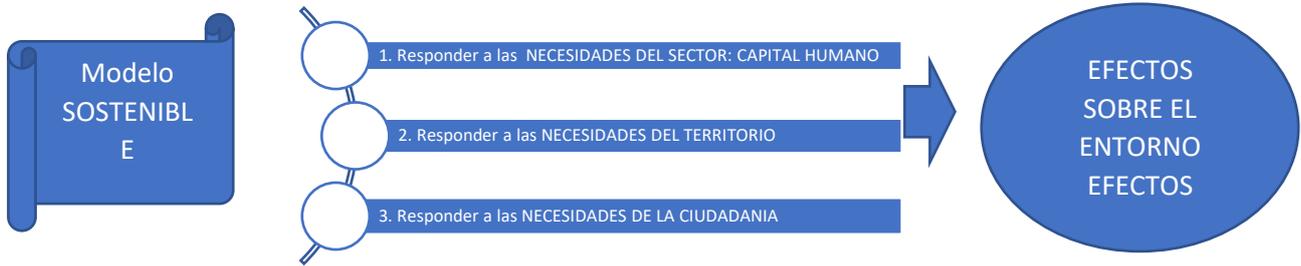
En resumen, el capital humano representa parte de los recursos de una empresa y se puede aumentar mediante la inversión. “Mediante la inversión en capital humano se aumenta la productividad de los factores y se impulsa el progreso tecnológico. Además, invirtiendo en él se pueden obtener múltiples beneficios en otras áreas, tales como beneficios sociales o científicos, entre otras cosas” (Sevilla, 2016).

### **1.3. El capital humano en el sector turístico**

El turismo y la industria que le rodea ha cambiado mucho en los últimos años, focalizando la atención en las ventajas competitivas, y especialmente en la apuesta por personal cualificado capaz de ofrecer un servicio de calidad que fidelice al cliente, siendo uno de los determinantes para el crecimiento económico del sector turístico. España es líder mundial en la industria del turismo. En 2018 cerró con más de 82 millones de turistas internacionales y en 2017 la industria del turismo supuso casi el 12% del PIB.

La Secretaría de Estado de Turismo, en este mismo informe, se ha replanteado que el modelo turístico para mantenerse en la senda del crecimiento no solo ha **de responder a las necesidades del sector sino del territorio y de la ciudadanía**. Además, los efectos sobre el entorno y el clima pueden tener consecuencias en los destinos turísticos alterando algunas de las características que los hacen atractivos. (Directrices para el turismo sostenible en España 2030)

**Figura 3: Necesidad de un Nuevo Modelo Turístico útil que Responda a las Triples Necesidades**



**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe de Directrices generales de la estrategia turismo sostenible en España 2030.

Dentro de las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible en España para la agenda 2030, en el análisis DAFO, se considera una FORTALEZA la gran profesionalidad de los trabajadores del sector.

**Figura 4: Capital humano como fortaleza**



**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe de Directrices generales de la estrategia turismo sostenible en España 2030.

Hay que destacar, que, en 1996, en FITUR, se presentan unos materiales que concluyen con la Declaración de Madrid sobre el Desarrollo de Recursos Humanos en Turismo. La conferencia reunió en Madrid a 27 países participantes, y se establecieron los propósitos de desarrollo de cara al nuevo siglo. Teniendo en cuenta que el sector turístico era ya

apreciado como una fuente de ingresos para los países, y que el capital humano era considerado ya por entonces, un aspecto clave en el éxito de esta industria.

Esto supone una innovación los planteamientos, aportando claves que han sido definitorias para el avance del sector. De esta manera, se priorizan el desarrollo de los recursos humanos a partir de la educación y la formación, instan a la elaboración de paradigmas que den respuesta a las necesidades cambiantes, consolidar un campo de estudios que recoja todos los elementos relacionados con el turismo, y concluyen destacando la importancia de la calidad y la profesionalidad en la prestación de servicios.

Hay que recalcar, que el concepto de calidad se empezó a desarrollar en España sobre la década de los años 50 y que se fueron imponiendo y aplicando medidas de control para cumplir estándares que repercutieran en los beneficios, en función de las necesidades y las expectativas, que las empresas turísticas han ido cumpliendo.

En la actualidad el ICTE (Instituto para la calidad turística española) se encarga de certificar sistemas de calidad con la “Q” de excelencia. Este instituto está formado por las asociaciones nacionales más importantes del país, incluidas la FEMP (Federación Española de Municipios y Provincias) y la SET (Secretaría de Estado de Turismo). Por tanto, comprobamos que desde las empresas del sector como desde las instituciones se están intentando favorecer todo tipo de cambios para que España sea un referente mundial de calidad. (Roig, 2014).

### **1.3.1. Responder a las necesidades del sector. Implantar un modelo útil de capital humano en turismo**

A continuación, en lo que a este trabajo respecta, se centrará en el primer bloque de respuestas: las necesidades del sector. Y dentro de estas, únicamente se analizará el capital humano en turismo según el cuadro de ángulos propuesto por Lillo Bañuls en varios de sus trabajos.

Es patente que la gestión de los recursos humanos en las empresas, y concretamente en el sector del turismo, afecta de manera directa a la calidad del servicio, y, por ende, a la mayor o menor competitividad del negocio en el sector.

Siguiendo a Lillo, (2007), se podría definir el capital humano turístico como “la cantidad de conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores del sector, procedente de las inversiones en educación formal y en formación en el trabajo”.

Se puede decir que en lo que se refiere al sector del turismo, el capital humano y su manera de gestionarlo entran en juego cuando el cliente no se decide únicamente hacia un destino u otro en función de los elementos del entorno como el clima o los recursos energéticos, (las llamadas ventajas comparativas), sino que tiene en cuenta las llamadas ventajas competitivas. En este sentido, el capital humano se erige como un factor estratégico para el logro de los objetivos de competitividad de las organizaciones turísticas, “Hay que apostar por las ventajas competitivas, y ahí entra en juego la gestión del capital humano” (Lillo-Bañuls, 2009)

Así pues, todo esto hace que mayoritariamente y de una manera progresiva, en este sector, se deba ir apostando por personal cualificado, que manifieste habilidades y competencias eficaces y eficientes en su trato con el cliente, y que por tanto el cliente pueda recibir un servicio de calidad acorde con sus expectativas y sus necesidades, que como hemos dicho en el punto anterior, deben ser medidas a través de distintas herramientas de valoración del servicio, y tenidas en cuenta para mejorar la calidad del mismo.

En las siguientes líneas se recogen los cuatro ángulos de análisis de capital humano turístico propuesto por Lillo-Bañuls et al., (2006; 2007, 2009). Hay que estudiar los cuatro determinantes esenciales y las interrelaciones entre ellos, sus relaciones e interacciones, con el fin de mostrar el conjunto de variables que se relacionan con el capital humano en turismo, y que formarían parte de las necesidades del sector.

**Tabla 7: Factor: Capital humano turístico. teorías del capital humano**

<b>Becker: Educación/ Productividad</b>
<b>Arrow; Spence: Filtro o señal – Credencialismo</b>
<b>Thurow: Adecuación al puesto- Costes de formación</b>
<b>Rendimiento educativo.</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.

**Tabla 8: Marco laboral**

<b>Tipología de la población activa disponible: Niveles educativos/ Formación específica- Experiencia laboral en el sector</b>
<b>Tipología de los puestos: Contratos fijos/ Temporales – Categorías profesionales – Remuneraciones en el sector – Requerimientos de formación</b>
<b>Flexibilidad (contrataciones, jornadas, horarios)</b>
<b>Disponibilidad mano de obra – Agilidad en los procesos</b>
<b>Tiempo de cobertura de vacantes</b>
<b>Fuentes de información para captación de RRHH</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.

**Tabla 9: Marco educativo formación / Educación en turismo**

<b>Reglada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Universidad: Grado en turismo – Postgrados</b></li> <li>• <b>IES: FPEGS – FPEGM familia profesional de hostelería y turismo</b></li> </ul>
<b>No reglada</b>	FP ocupacional – FP continua – Convenios entre instituciones educativas y empresas turísticas.

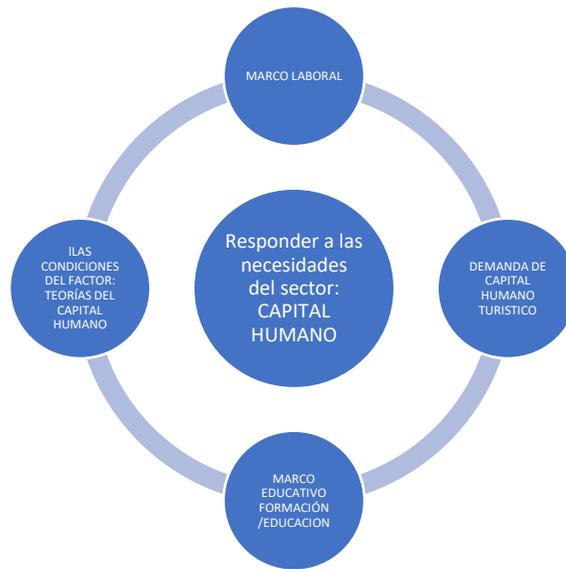
**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.

**Tabla 10: Demanda de capital humano turístico**

<b>Necesidades de formación – Educación</b>
<b>Perfiles y niveles profesionales</b>
<b>Especialización – Subsectores</b>
<b>Procedimientos de reclutamiento y selección</b>
<b>Criterios de selección</b>

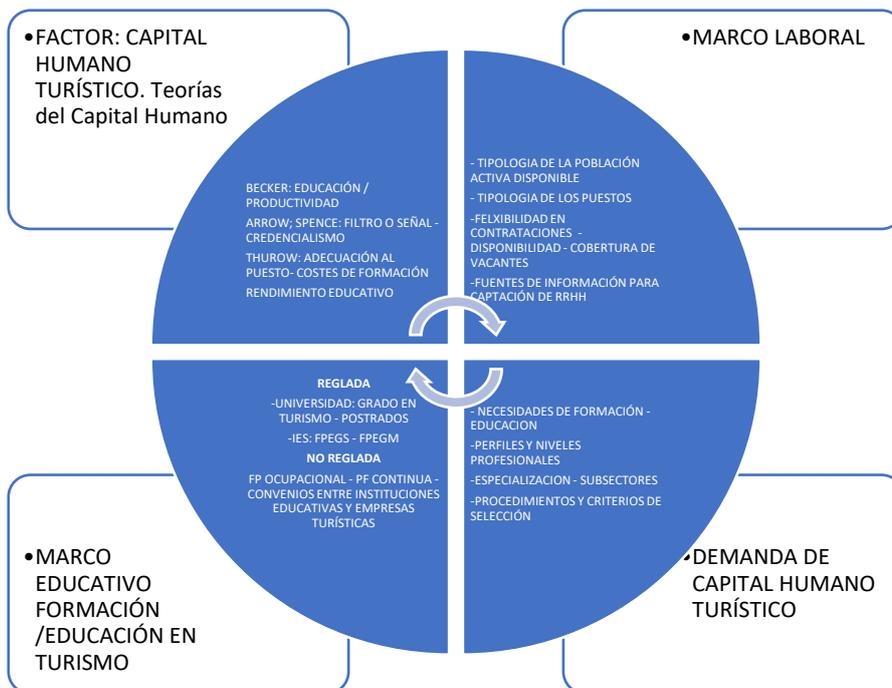
**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico

**Figura 5:** Cuatro ángulos de análisis del capital humano turístico según Lillo-Bañuls



**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.

**Figura 6:** Cuatro ángulos de análisis del capital humano turístico según Lillo-Bañuls



**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital

humano como factor estratégico para la competitividad  
del sector turístico

Según este modelo, podríamos responder a la siguiente cuestión ¿Cómo consigue alcanzar el éxito en la capacitación, especialización y profesionalización de su capital humano el sector turístico, en un destino, en una empresa o en un subsector determinado? Si los demandantes de capital humano en turismo son exigentes, el capital humano mejorará.

Este modelo se puede utilizar para estudiar el capital humano turístico en su conjunto, considerando todo el sector o utilizarlo para estudiarlo de manera segmentada

- Considerando cada subsector (hostelería, restauración, ocio, transportes o distribución entre otros)
- Considerando el tamaño de las empresas turísticas, destacando la existencia de dos tipos de empresas: las PYMES (gestión de corte familiar y objetivos a corto plazo) y las grandes empresas turísticas (mayores niveles de inversión y objetivos a largo plazo).
- Considerando el alcance geográfico

### **1.3.2. Capital humano como estrategia competitiva**

Tal y como señalan Lillo-Bañuls et al. (2007) han analizado el papel clave del capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico, poniendo en relación el capital humano con la calidad del servicio. Uno de los principales resultados que obtienen en esta investigación es que entre los elementos esenciales de la competitividad en turismo destacan los activos intangibles y en especial el capital humano, relacionando la calidad del factor trabajo directamente con la calidad del producto turístico.

Se resaltan las ventajas competitivas y se destaca el valor de los intangibles, de manera que se vuelve a poner el foco en el papel clave de la educación y la formación turística, estaremos dirigiendo la atención a los criterios de calidad.

(Lillo-Bañuls et al., 2007) presentan como indicadores de competitividad los que se incluyen en el MONITOR DE COMPETITIVIDAD turística (CM) desarrollado como resultado del trabajo de colaboración entre el WTCI (World Tourism and Travel Council)

y el TTRI (Turism and Travel Reseach Institute) de la Universidad de Nottingham. Este CM (Monitor de Competitividad) se organiza en 8 grandes indicadores que a su vez se componen de otros, hasta llegar a un total de 23.

**Tabla 11:** Los ocho grandes indicadores propuestos por Gooroochum y Sugiyarto (2005),

<b>1. Indicador de competitividad de precios</b>	
<b>2. Indicador sobre el factor humano</b>	Índice de participación turística e Índice de impacto turístico.
<b>3. Indicador de desarrollo de infraestructuras</b>	
<b>4. Indicador de medio ambiente</b>	
<b>5. Indicador de desarrollo tecnológico</b>	
<b>6. Indicador de recursos humanos</b>	Índice de Educación
<b>7. Indicador de apertura</b>	
<b>8. Indicador de desarrollo social</b>	

**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico

De esta manera, vemos que ha habido una evolución del concepto de competitividad desde un enfoque tradicional basado en ventajas comparativas a un enfoque que se basa en las ventajas competitivas. La dificultad de construir indicadores de competitividad turística es grande dado que lo que miden son aspectos cualitativos.

**Figura 7:** Capital humano y ventaja competitiva



**Fuente:** Elaboración propia a partir del informe del Capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico

### 1.3.3. Decisiones estratégicas relacionadas con el capital humano

Queda patente que el capital humano aporta gran valor a la calidad del servicio, y que ha sido considerado una fortaleza del sistema, una ventaja.

Sin embargo, la mejora de la gestión laboral en este sector sigue siendo un gran desafío para las empresas, según se recoge en la revista de 29 septiembre de 2016, de Hosteltur.

- España lidera el índice de Competitividad Turística de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, pero es la número 34 en el apartado de recursos humanos y mercado laboral
- El capital humano requiere una adecuada gestión para mejorar la productividad y la diferenciación y la excelencia

(Roig, 2014) recoge que las empresas han de prestar especial atención a la gestión de recursos humanos e incluir en su política de empresa factores diferenciadores como son:

- La contratación
- La comunicación
- La remuneración
- La formación

Y por encima de todos ellos, conocer las decisiones estratégicas relacionadas con el Capital Humano; dichas decisiones se concretarían, según el autor, en dos alternativas

1. Liderazgo de costes: cualificación técnica, retribución basada en el puesto, evaluación del desempeño como mecanismo de control...)
2. Diferenciación: retribución basada en contribución del individuo, evaluación del desempeño como desarrollo...)

Volviendo a la revista de 29 de septiembre de 2016 de Hosteltur, se recoge que, en los **rankings internacionales**, se consideró el modelo español poco productivos, ocupando el lugar 125 en la relación retribución y productividad, por lo que se concluye que, “el **capital humano**, clave en una industria de servicios como es el turismo, requiere una adecuada gestión con el fin de **mejorar la productividad** y la **diferenciación** y la **excelencia** a la que aspiran las empresas” (Porrás, 2016).

A continuación, se resumirán algunos ejemplos prácticos para potenciar la gestión del capital humano.

El objetivo de potenciar la gestión del capital humano es captar, formar y retener el talento.

- Contratar personal con unos estudios mínimos e invertir constantemente en la formación del personal realizando alguno de los diversos cursos de turismo.
- Actualizar y apostar por los planes de igualdad y terminar con la desigualdad de género.
- Ofrecer salarios competitivos fijándonos en los demás países de la Unión Europea.
- Facilitar el trabajo desde el hogar, lo que redundaría en un ahorro de transporte o combustible, y en conciliación familiar.
- Incentivar a los empleados con beneficios sociales. Además de generar o innovar proyectos.
- Incentivar a los empleados a generar o innovar proyectos.
- Apostar por un buen clima laboral y el trabajo en equipo, conllevará en la mayoría de los casos en éxito para la empresa.

## **CAPÍTULO 2**

## **2.1. El capital humano como condicionante de la competitividad**

En la actualidad, se puede observar un mundo más globalizado y cambiante, donde el mercado es cada vez más competitivo. Por esta razón, la inversión en capital humano es una necesidad que cada día cobra mayor importancia. “El proceso de la globalización de la economía y la configuración de bloques comerciales ha hecho resaltar intensamente los grandes beneficios que se obtienen al invertir en la formación y en la adecuada administración del capital humano como factor competitivo y de progreso” (Valencia, 2005).

De esta manera, se podría decir que el capital humano y la competitividad están estrechamente relacionados. El autor Marino Valencia (2005) destaca que “las compañías eficientes compiten con mayor firmeza y refuerzan su competitividad, detectando, incorporando, desarrollando y reteniendo al mejor personal y así generar en las empresas las condiciones y el ambiente que permita la potencialización de las personas propiciando un ciclo de creciente productividad”.

Por lo tanto, se puede concluir con que el capital humano es elemento fundamental para conseguir una mayor productividad. Y para ello, es imprescindible la divulgación del conocimiento que como explica Valencia (2005):

Se crea en las empresas, los laboratorios y las universidades, se difunde por medio de las familias, los centros de educación y los puestos de trabajo y es utilizado para producir bienes y servicios. Si bien antes se consideraba que la prioridad era el desarrollo económico y que luego vendría todo lo demás – educación, vivienda y salud- hoy es completamente diferente ya que la vinculación entre educación y progreso económico es esencial (p.25).

### **2.1.1. Definición de competitividad turística**

Socatelli (s.f.) define competitividad como “la relación entre varias entidades, países, etc. para ofrecer el mejor servicio y obtener los mayores resultados de forma equiparable con respecto al resto del mundo”. Además, (Socatelli s.f.) subraya que:

La competitividad de una empresa dependerá de la gestión propia y la administración de sus servicios al exterior. Aun así, en una empresa existen dos tipos de competitividad: la interna y externa. Internamente, los

trabajadores deben estar cualificados y preparados para su posición a fin de hacer su trabajo lo mejor posible, pero también es importante la innovación destinada a una competitividad exterior, a un mercado saturado y que cada vez es más completo en su cualificación y también en su servicio. Una empresa, para ser competitiva, siempre debe tener en mente la renovación, ajustarse a lo que el mercado necesita en ese momento y mantenerse informada de los cambios del mismo (p.1).

Este mismo autor propone cuatro modelos diferentes de competitividad en las empresas:

- La incipiente, donde la competitividad es muy escasa y a menudo la empresa es forzada a seguir los patrones del mercado de valores.
- La aceptable, ya no es tan fácilmente manipulable, reacciona mejor a las innovaciones.
- La superior, en la que la empresa empieza a ser más relevante e innovadora en el sector.
- La sobresaliente, última fase en la que la empresa pasa de adaptarse a los mercados a ser ella quien los establece.

Como se puede observar, la competitividad es imprescindible para el buen funcionamiento de cualquier entidad. También lo es en el sector turístico, y más si se tiene en cuenta la relevancia y el peso que ha ganado en la mayoría de los países, estos últimos años, considerándolo como “una fuente potencial de beneficios y que estimulan el desarrollo de esta actividad. Ello ha supuesto un aumento del número y del atractivo de los destinos turísticos y una creciente dificultad para competir en el mercado global de forma sostenible” (Banco de España, 2004).

Por consiguiente, aunque hay diversas maneras de definir la competitividad turística, se tomará el concepto aportado por el autor (Esteve Secall, s.f.):

La competitividad turística es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de una manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media de los ámbitos empresariales, y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de

organismos e instituciones públicas, así como como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas. . Porque, en definitiva, la finalidad de la competitividad será el mejor cumplimiento de las expectativas de todos los agentes que participan en la actividad turística: empresas, población residente, administración y turistas, en un entorno territorial sostenible (p. 1).

Por su parte, las investigadoras Teresa Garín y Maria J. Moral recogen la definición de competitividad de un destino turístico, elaborada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), (Dupeyras y MacCallum, 2013, como se citó en Garín y Moral, 2015):

La competitividad de un destino turístico se refiere a la capacidad del lugar para optimizar su atractivo para los residentes, ofrecer servicios turísticos de calidad, innovadores y atractivos para los consumidores y para ganar cuotas de negocio en los mercados nacionales y globales, asegurando, al mismo tiempo, que los recursos disponibles en apoyo al turismo se utilizan de manera eficiente y sostenible (p. 197).

Por último, (Socatelli s.f.) planeta en su informe que:

Para adaptarse al entorno y aumentar la competitividad la Unión Europea identifica cinco grandes factores que se deben tener en cuenta: políticos, económicos, medioambientales, sociales, tecnológicos y de innovación. Resulta evidente que, estos factores son diferentes en función de los grandes subsectores del turismo: transporte, alojamiento, atracciones turísticas, organizadores de viajes e intermediarios, etc. (p.2).

### **2.1.2. Medición de la competitividad turística**

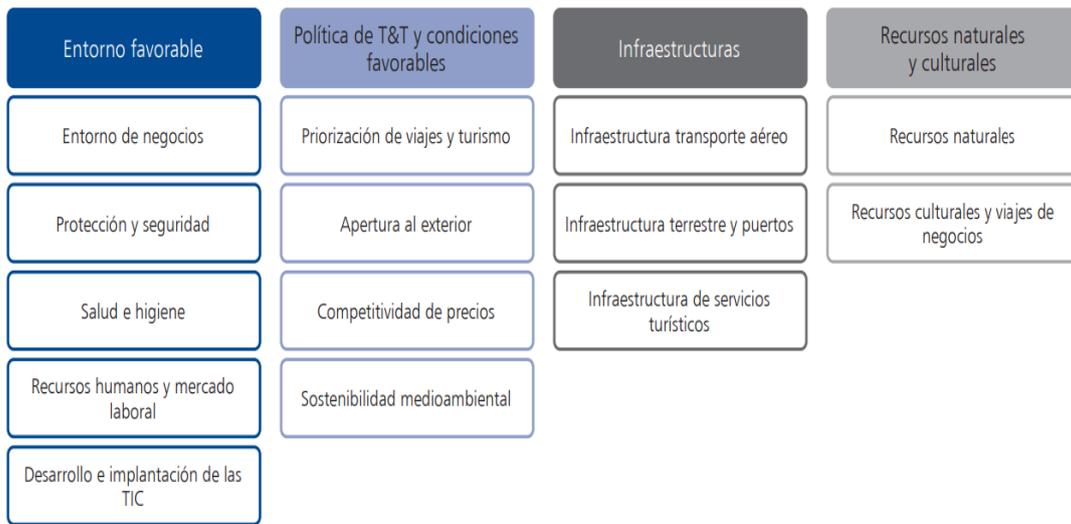
La competitividad en el sector turístico ha tomado importancia en las últimas décadas, ya que se trata de un concepto clave para poder entender la situación en la que se haya. Pero para poder conocer cuál es la competitividad, primero es necesario realizar una medición. “La competitividad, más que ningún otro proceso, requiere de una permanente medición para poder establecer su evolución relativa. Sin embargo, por tratarse de un fenómeno tan complejo, no es fácil su evaluación” (Ávila, 2020).

Existen diversos modelos de medición de la competitividad. Aunque este trabajo se centrará en el índice de competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial (FEM), también denominado Foro de Davos o World Economic Forum. Su elección viene precedida por la relevancia internacional y veteranía que tiene esta fundación, además, de ser uno de los más utilizados para la realización de investigaciones. Desde 1979, se encarga de analizar la competitividad de las economías nacionales, a través del *Informe Global sobre Competitividad* y la Conferencia de Davos. Asimismo, en 2007, comenzó a elaborar el *Informe de Competitividad de Viajes y Turismo*, que presenta el índice de Competitividad de Turismo y Viajes (TTCI). Actualmente, es presentado cada año y participan un total de 140 países. “El TTCI permite ver las fortalezas y debilidades competitivas de un país y, por tanto, es muy útil a la hora de implementar políticas públicas y diseñar actuaciones del sector privado encaminadas a favorecer la actividad turística de dicho país” (Garín y Moral, 2015).

Para realizar este informe se tienen en cuenta 88 variables, agregadas en 12 pilares, 4 dimensiones y un único indicador sintético, ordenados según el entorno favorable, la política de T&T y condiciones favorables, infraestructuras o recursos naturales y culturales. Las autoras (Garín y Moral, 2015) explican la metódica del estudio:

Los datos están recogidos en una escala de 1 a 7. Cada uno de los pilares se obtiene como promedio aritmético de los componentes individuales. Además, cada uno de los cuatros subíndices también se calcula como promedio no ponderado de los pilares que lo componen. Finalmente, el TTCI es la meda de los cuatros subíndices (p.199).

**Figura 8:** Estructura de la competitividad de viajes y turismo



**Fuente:** Foro Económico Mundial.

### 2.1.3. El capital humano y la competitividad turística

El sector turístico ha sufrido numerosos cambios en las últimas décadas. Desde el comienzo de la globalización los empresarios comenzaron a apostar por empleados más cualificados, ya que al vivir en un mundo tan interconectado cualquier empresa puede conseguir los mismos recursos como fuente de ventaja competitiva y estos dejan de ser un elemento clave de la diferenciación. Entonces, el principal factor es el capital humano, el responsable de los éxitos y los fracasos, Asimismo, si el empleado tiene un grado de formación superior; fidelizará más clientes, reducirá los recursos utilizados, además de, aumentar los beneficios de la organización y del empresario.

El nivel de formación de los trabajadores está plenamente relacionado con la competitividad en el sector turístico. Por tanto, si los trabajadores tienen un nivel de formación alto, los clientes y consumidores de la empresa crecerán, así como el puntaje del índice de competitividad.

## **2.1.4. Relación entre el capital humano y la competitividad turística (Europa)**

Para poder relacionar el capital humano y la competitividad turística se han analizado datos europeos del World Economic Forum (WEF).

En primer lugar, se han extraído los datos del índice de competitividad turística según su puntaje. A continuación, se ha obtenido país a país el indicador sintético de las habilidades en el capital humano, que se centra en las siguientes variables:

La mano de obra actual se refiere a los conocimientos que tienen los empleados.

- Educación de la fuerza laboral actual. Es la formación que posee el trabajador.
  1. Años medios de escolaridad
  
- Habilidades de la fuerza laboral actual. Se refiere a la destreza, la capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y en el entorno propios de los trabajadores.
  2. Alcance de la capacitación del personal
  3. Calidad de la capacitación vocacional
  4. Habilidades de los graduados
  5. Habilidades digitales entre la población activa
  6. Facilidad para encontrar empleados calificados

La fuerza laboral futura: se trata de las habilidades que los empleados desarrollarán y perfeccionarán a lo largo de sus años de servicio.

- Educación de la fuerza laboral futura
  7. Escuela esperanza de vida II. Habilidades de la fuerza laboral futura
  8. Pensamiento crítico en la enseñanza
  9. Proporción de alumnos por maestro en a educación primaria.

Estas variables aportan los datos necesarios para poder llevar a cabo una correlación entre las habilidades de capital humano y el puntaje de competitividad en los países de la Unión Europea. La finalidad de esta correlación es demostrar que cuanto mayor sea el nivel formativo de los empleados, más éxito tendrá el destino, en términos de competitividad.

## **2.2. Análisis de correlación entre capital humano y competitividad turística**

A continuación, vamos a tratar de contrastar la relación entre la competitividad turística y la acumulación de capital humano, según datos WEF (World Economic Forum) y por medio de un análisis de correlación.

Se ha realizado la muestra tomando los datos del total de los países pertenecientes a la Unión Europea por un lado se ha llamado ( $X_i$ ) a los valores según el índice de competitividad ordenados de menor a mayor, en cambio en la ( $Y_i$ ) se han fijado los datos de capital humano correspondientes a cada país. También, se ha obtenido la ( $X_i^2$ ) y la ( $Y_i^2$ ), así como los sumatorios necesarios para el posterior cálculo de las desviaciones estándar de cada una de las variables y el coeficiente de correlación entre ellas. Además, se ha realizado la media, el valor mínimo y máximo y la desviación estándar de cada una de las dos variables utilizadas.

Dentro de la muestra de los 28 países europeos, la media del índice de competitividad es del 4,53, muy por encima de la media mundial que es de 3,84. Asimismo, el valor máximo de los países es de 5,4 y el valor mínimo es de 4, y una desviación típica de 0,43. En conclusión, los países de toda la Unión Europea con el índice de competitividad más bajo son Rumania, Eslovaquia, Letonia y Lituania con un score de 4 puntos. Por el contrario, los países con el índice de competitividad más alto son Alemania, Francia y España con un score de 5,4.

Dentro de la muestra del capital humano, la media es de 74,81. Además, el valor máximo es de 86 mientras que el valor mínimo es de 62, y tiene una desviación típica de 6,56. Podemos observar cómo el país que tienen un menor puesto en lo referido a habilidades de capital humano es Rumania con 62 puntos sobre 100. En cambio, los países con un mejor puesto son Finlandia y Dinamarca con 86 puntos sobre 100.

En definitiva, hemos evidenciado que cuanto mayor nivel formativo tengan los empleados o trabajadores de un territorio, ocuparán un mejor puesto en la clasificación del capital humano del destino turístico.

**Tabla 12:** Correlación entre el índice de competitividad y las habilidades del capital humano.

PAÍS	ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD. $X_i$	CAPITAL HUMANO. HABILIDADES. (0-100). $Y_i$	$(X_i)^2$	$(Y_i)^2$
ESLOVAQUIA	4	70	16	4900
LETONIA	4	76	16	5776
LITUANIA	4	76	16	5776
RUMANÍA	4	62	16	3844
BULGARIA	4,2	68	17,64	4624
CHIPRE	4,2	72	17,64	5184
ESTONIA	4,2	79	17,64	6241
HUNGRÍA	4,2	69	17,64	4761
POLONIA	4,2	72	17,64	5184
CHEQUIA	4,3	73	18,49	5329
ESLOVENIA	4,3	75	18,49	5625
MALTA	4,4	72	19,36	5184
BÉLGICA	4,5	79	20,25	6241
CROACIA	4,5	63	20,25	3969
FINLANDIA	4,5	86	20,25	7396
GRECIA	4,5	70	20,25	4900
IRLANDA	4,5	77	20,25	5929
DINAMARCA	4,6	86	21,16	7396
LUXEMBURGO	4,6	79	21,16	6241
SUECIA	4,6	84	21,16	7056
PAÍSES BAJOS	4,8	85	23,04	7225
PORTUGAL	4,9	70	24,01	4900
AUSTRIA	5	79	25	6241
ITALIA	5,1	70	26,01	4900
ALEMANIA	5,4	84	29,16	7056
ESPAÑA	5,4	72	29,16	5184
FRANCIA	5,4	72	29,16	5184
	$\sum$ 122,3	2020	558,8 1	1522 46
Media	4,52962963	74,81481481		
Máximo	5,4	86		
Mínimo	4	62		
Desviación	0,431290385	6,56351827		

<b>Coef. De Correlación</b>	0,250653028			
-----------------------------	-------------	--	--	--

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos del Foro Económico Mundial

Según los datos realizados hemos obtenido un resultado de correlación positivo, pero bajo (0,25). Este resultado se vincula a las reflexiones realizadas en los epígrafes anteriores del trabajo.

En primer lugar, Debemos tener en cuenta que, hay mayor número de personas trabajando con formación básica en el sector turístico que en todo el sector servicios y a nivel nacional

En la tabla se observa que, los países que tienen los índices más bajo (Rumanía, Bulgaria y Eslovaquia), muestran un ajuste bastante claro, mientras que los países que muestran los índices más altos (Alemania, Francia y España) no lo muestran. Esto es porque la hostelería ocupa un 62,02% del empleo, de los cuales la mayor parte un 77% pertenece a los servicios de restauración, es decir, la mayor parte de la gente que se dedica al sector turístico son personas con formación media-baja, por esta razón tiene sentido que exista una correlación pero no muy significativa porque una buena parte de los puestos que se generan en el sector turístico son estacionales, a la vez que precarios, ya que contratan gente con poca formación sobre todo en el sector de hostelería y restauración.

Los empleos que necesitan un nivel de formación más alta suelen ser para puestos que tienen una gran responsabilidad. <sup>1</sup>

Por todas estas razones, en Europa se debe fomentar la formación en turismo, para así poco a poco terminar con la estacionalidad y la precariedad en el sector, y que los puestos en hostelería y restauración sean para empleados debidamente cualificados.

---

<sup>1</sup> Los cálculos se han realizado en Excel

## **Conclusión**

Como ha quedado patente a lo largo de este trabajo, el sector turístico tiene un gran peso en la economía nacional, englobando un 12,43% del total de actividades. Y, a pesar de haber sido golpeado por el coronavirus, poco a poco vuelve a recuperar la importancia que tuvo antes de la pandemia. Asimismo, a nivel internacional, España sigue siendo uno de los grandes referentes turísticos, por lo que cada año es elegido destino turístico por miles de turistas.

Por otra parte, como se ha podido observar el sector turístico español está formado en su mayoría por el grupo de los mayores de 45 años, seguido la franja de edad que engloba a los trabajadores entre los 30 a los 44 años. Otro dato relevante, es que más de la mitad de este sector está representado por mujeres, concretamente, el 57,83% del total de empleados. Precisamente, son ellas las que tienen una mayor formación, pero como se ha explicado se enfrentan a mayores barreras que sus compañeros varones, como la brecha salarial o la dificultad para copar puestos de alta responsabilidad. Por lo que se puede concluir en que hay una desigualdad visible en este sector. Además, queda demostrado como el sector turístico está feminizado, excepto en el ámbito del transporte donde la gran mayoría de empleados son hombres (72,8%) (Europa Press, 2021). La estacionalidad y la temporalidad son otros factores que afectan a este grupo, sin olvidar todos los mencionados anteriormente.

También, hay que recalcar la precariedad existente que hay en el ámbito turístico. Donde los contratos temporales son superiores a la media nacional. Así pues, la temporalidad de este sector conlleva una gran inestabilidad y precariedad para los trabajadores. No podemos olvidar, que tal y como dijo Acosta et al. (2002), y como se citó en Lillo-Bañuls et al. (2007) destaca que “en muy pocas áreas de producción y servicios el componente humano tiene una incidencia más significativa que en el de la hostelería y el turismo debido a la interrelación directa, sin ningún tipo de intermediarios con los clientes”.

Justamente, el capital humano es primordial para el buen funcionamiento de las actividades turísticas. Los empleados son la fuerza motriz que mueve este sector. Por ello, la inversión en capital humano es primordial. Se podría decir, que la formación de los trabajadores es una inversión de futuro. Además, está estrechamente relacionada con la competitividad, ya que con ella se consigue una mayor productividad y eficiencia.

En consecuencia, España es uno de los países más competitivos del sector. De esta manera, en 2019, obtuvo la tercera posición entre más de 140 países que formaban parte del ranking elaborado por Foro Económico Mundial (FEM), y en el que participan los países más competitivos del mundo.

Por último, hay que destacar que el presente trabajo está guiado por un objetivo: demostrar la correlación que existe entre el capital humano y el índice de competitividad de un destino turístico. El resultado de esta ha sido positivo (0,25), pero muy bajo, esto es debido a la gran cantidad de empleos precarios sobre todo en el sector de hostelería y restauración, lo que produce en consecuencia el coeficiente tan bajo de correlación. En cambio, los puestos que piden un nivel de formación más alta son puestos de gran responsabilidad. En consecuencia, si Europa quiere destacar entre los demás continentes, se debe fomentar la formación en el sector turístico y de una forma u otra terminar con la estacionalidad y la precariedad.

## **Referencias Bibliográficas**

Andrés Sevilla Arias (19 de octubre, 2016). *Capital humano*. Economipedia.com

Bañuls, L. B., Adelaida, A. B. S. J. M., Rodríguez, R. R., A.B., Sevilla, S. J., & Martín. (2007, abril). *El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico*. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39801903.pdf>

Cardona, M. C. A., Montes, I. C. M. G., Vásquez, J. J. V. M., Villegas, M. N. V. G., & Brito, T. B. M. (2007, abril). *Capital humano: una mirada desde la educación y la experiencia laboral*. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos-investigacion/article/view/1287/1166>

*Encuesta de población activa informes anuales*. (2020). Tourspain. <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/Paginas/EmpleoTuristico/EncuestaPoblacionActiva/Anuales.aspx>

Esteve, R. E. S. (2004, septiembre). Competitividad, tecnología, redes y cadenas de valor de zonas turísticas. <https://old.aacr.org/web/congresosAACR/2004/pdf/mesaA/A7.pdf>

Europa Press. (2021, 5 marzo). El número de nuevas mujeres conductoras de autobús aumenta casi un 90% en los últimos cinco años. [europapress.es. https://www.europapress.es/economia/noticia-numero-nuevas-mujeres-conductoras-autobus-aumenta-casi-90-ultimos-cinco-anos-20210305102903.html](https://www.europapress.es/economia/noticia-numero-nuevas-mujeres-conductoras-autobus-aumenta-casi-90-ultimos-cinco-anos-20210305102903.html)

Exceltur. (2018, abril). *Estudio sobre el empleo en el sector turístico español*. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>

Exceltur. (2021a, enero). *Valoración turística empresarial de 2020 y perspectivas para 2021*. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2021/01/Informe-Perspectivas-N75-Balance-del-an%CC%83o-2020-y-previsiones-para-2021-1.pdf>

Exceltur. (2021b, febrero). *Informe de la coyuntura turística española de 2020*. [https://www.hosteltur.com/142520\\_la-aportacion-del-turismo-al-pib-cayo-del-124-al-55-en-2020.html](https://www.hosteltur.com/142520_la-aportacion-del-turismo-al-pib-cayo-del-124-al-55-en-2020.html)

Huete, R. H., Brotons, M. B., & Sigüenza, M. C. S. (2016). *La desigualdad entre hombres y mujeres en el sector turístico español*. [https://www.researchgate.net/publication/301685675\\_La\\_desigualdad\\_entre\\_hombres\\_y\\_mujeres\\_en\\_el\\_sector\\_hostelero\\_espanol](https://www.researchgate.net/publication/301685675_La_desigualdad_entre_hombres_y_mujeres_en_el_sector_hostelero_espanol)

Instituto nacional de estadística. (2020). *Anuales*. Tourspain. <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/Paginas/EmpleoTuristico/EncuestaPoblacionActiva/Anuales.aspx>

Intermark. (2013, diciembre). *La competitividad en turismo*. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.6.pdf>

Ministerio de industria, comercio y turismo. (2019, enero). *Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030*. <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>

Moreno, D. M. A., & Cañada, E. C. M. (2018). *Dimensiones de género en el trabajo turístico*. <http://www.albasud.org/publ/docs/81.pdf>

Organización mundial del turismo. (2019, octubre). *Informe mundial sobre las mujeres en turismo (Segunda edición)*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422753>

Pérez, O. (2018). *Cómo surgió el concepto de capital humano*. People next. <https://blog.peoplenext.com.mx/como-surgio-el-concepto-de-capital-humano>

Roldán, P. N. (2021, 15 marzo). *Capital*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/capital.html>

Schultz, T. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17. Retrieved July 7, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/1818907>

Schwab, K. S. & World Economic Forum. (2019). *The global competitiveness report*. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)

Smith, A. S. (1776). *La riqueza de las naciones*. Alianza Editorial.

Tourspain. (2020). FichaCoyuntura. Toursain. <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/Paginas/FichaCoyuntura.aspx>

Valencia, M. V. R. (2005). El capital humano, otro activo de la empresa (Vol.1 No.2). <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3275/2670>

Vera, P. (2017, 12 diciembre). *Credencialismo e inflación educativa*. Primaveraeuropea.Eu. <https://primaveraeuropea.eu/credencialismo-e-inflacion-educativa/>

World Economic Forum. (2019). *The travel and tourism competitiveness report*. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)