

ACTUACIONES EN MATERIA DE POLÍTICAS ACTIVAS DE EMPLEO

Estudio de análisis prospectivo
de los sectores tradicionales
con mayor peso en la economía canaria



Índice

Índice de gráficos	5
Índice de tablas	10
1. Presentación	19
2. Objetivos del estudio	23
3. Metodología del estudio	27
3.1. Ámbito del estudio	27
3.2. Planteamiento metodológico.	28
4. Contexto general de la economía y el empleo	33
4.1. Contexto internacional.	33
4.1.1. Sector Comercio	38
4.1.2. Sector Transporte y Almacenamiento	44
4.1.3. Sector Hostelería y Turismo	49
4.2. Contexto nacional.	54
4.2.1. Introducción Covid-19 a nivel nacional	54
4.2.2. Sector de Comercio	55
4.2.3. Sector de Transporte y Almacenamiento	64
4.2.4. Sector Hostelería y Turismo:	70
4.3. Contexto canarias: análisis detallado socioeconómico y estructural por sectores	79
4.3.1. Principales magnitudes macroeconómicas.	79
4.3.2. Caracterización del tejido empresarial	89
4.3.3. I+D+i y Tecnología	100
4.3.4. Mercado laboral. Indicadores.	109
4.4. La prospectiva económico empresarial en los sectores tradicionales	121
4.4.1. Introducción. Nuevo escenario derivado del impacto de la crisis Covid-19	121
4.4.2. Tendencias de evolución de la actividad en los sectores tradicionales.	129
4.4.3. Potencialidades y debilidades de los sectores. Factores críticos de competitividad.	167
5. Caracterización del empleo y los perfiles profesionales	185
5.1. Características del empleo y perfiles profesionales por sectores.	185
5.1.1. Perfil sociolaboral población ocupada en Canarias	185
5.1.2. Estructura ocupacional. Ocupaciones y puestos de trabajo.	188
5.1.3. Valoración de procesos de reclutamiento y selección.	201

5.2. Prospectiva del empleo y perfiles profesionales	209
5.2.1. Prospectiva del empleo y perfiles profesionales. Análisis cuantitativo.	210
5.2.2. Prospectiva cualitativa empleo y su incidencia en las cualificaciones.	223
6. Caracterización de la oferta y prospectiva de la demanda de formación	241
6.1. Caracterización de la oferta de formación por sectores:	241
6.1.1. Caracterización de la oferta de formación sector comercio	244
6.1.2. Caracterización de la oferta de formación sector Transporte y Almacenamiento	250
6.1.3. Caracterización de la oferta de formación sector Hostelería y Turismo.	256
6.2. Valoración de los procesos de formación	265
6.2.1. Caracterización y valoración de los procesos y oferta de formación. Visión empresarial.	265
6.2.2. Valoración de la oferta formativa	274
6.2.3. Caracterización y valoración de los procesos y oferta de formación. Visión de los centros de formación.	280
6.3. Frenos y obstáculos para el desarrollo de la formación	284
6.4. Prospectiva de la demanda de formación	293
6.4.1. Prospectiva Necesidades De Formación Sector Comercio	294
6.4.2. Prospectiva necesidades de formación sector transporte y almacenamiento	300
6.4.3. Prospectiva necesidades de formación sector hostelería y turismo	304
7. Conclusiones y recomendaciones	311
7.1. Conclusiones y recomendaciones análisis económico-empresarial. Previsión de impacto del covid-19	312
7.2. Conclusiones y recomendaciones análisis empleo y perfiles profesionales. Previsión de impacto del covid-19.	328
7.2.1. Caracterización y tendencias de empleo comunes para los sectores tradicionales	328
7.3. Conclusiones y recomendaciones análisis situación y prospectiva de la formación.	342
7.3.1. Caracterización y valoración de los procesos de formación en los sectores tradicionales	342
7.3.2. Prospectiva de necesidades de formación sectores tradicionales	347
7.3.3. Recomendaciones desarrollo de la formación en los sectores tradicionales	351
8. Anexos	361
ANEXO 1. Bibliografía	361
ANEXO 2. Investigación cuantitativa	363
ANEXO 3. Investigación cualitativa	377

Índice de gráficos

- Gráfico 1. Previsión para 2020: Llegadas de turistas internacionales en el mundo (millones).
- Gráfico 2. Ingreso estimado mundial
- Gráfico 3. Empleo en el sector de los servicios, como porcentaje del empleo total, 1994-2018.
- Gráfico 4. Porcentaje de empleos (de servicios) relacionados con las exportaciones de servicios.
- Gráfico 5. Exportaciones mundiales de mercancías por grupos de productos y crecimiento anual, 2008-2018 (Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual media anual).
- Gráfico 6. Exportaciones mundiales de servicios comerciales por sectores y crecimiento anual, 2008-2018 (Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual media anual).
- Gráfico 7. Principales economías comerciantes de mercancías, 2008 y 2018 (Variación porcentual anual del crecimiento del comercio).
- Gráfico 8. Crecimiento del volumen del comercio mundial de mercancías y del PIB real mundial, 2011-2018 (Variación porcentaje anual).
- Gráfico 9. Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE.
- Gráfico 10. Transporte internacional europeo.
- Gráfico 11. Flotas aéreas comerciales europeas
- Gráfico 12. Evolución del transporte de mercancías por ámbito (millones de toneladas).
- Gráfico 13. Contribución total del Turismo mundial al empleo (millones de puestos de trabajo).
- Gráfico 14. Contribución total del Turismo mundial al empleo (% del empleo en toda la economía).
- Gráfico 15. Contribución directa del Turismo al PIB mundial (billones de dólares).
- Gráfico 16. Contribución directa del Turismo al PIB mundial (porcentaje para todo el PIB mundial).
- Gráfico 17. Exportaciones por visitantes y llegadas de turistas internacionales (billones de dólares).
- Gráfico 18. Exportaciones por visitantes y llegadas de turistas internacionales (porcentaje de exportaciones de visitantes del total de exportaciones).

- Gráfico 19. Evolución del IPC y del índice de precios del comercio (tasa de crecimiento anual).
- Gráfico 20. Inversión en infraestructuras de transporte realizadas por el Ministerio de Fomento (y entes asociados) y por el total de las administraciones públicas (millones de euros constantes).
- Gráfico 21. Producción de “Transporte y Almacenamiento” (millones de euros corrientes). 2000-2017.
- Gráfico 22. Evolución de la población ocupada por subsectores.
- Gráfico 23. Evolución del tráfico en las carreteras españolas por titularidad de la red. 2002-2017.
- Gráfico 24. Porcentaje de contribución del Turismo, Construcción, Comercio y Sanidad al PIB de la economía española.
- Gráfico 25. Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2010-2019 (tasa de variación interanual).
- Gráfico 26. Principales indicadores del turismo extranjero en España 2014-2019 (tasa de variación trimestral interanual).
- Gráfico 27. Creación de empleo por subsectores de la cadena de valor turística diciembre 2019 vs diciembre 2018 (diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual en porcentaje).
- Gráfico 28. Ocupados en turismo, según sean por cuenta propia o ajena (cuarto trimestre de 2019).
- Gráfico 29. Ocupados en turismo y tasa de variación interanual según comunidad autónoma (cuarto trimestre de 2019).
- Gráfico 30. Turistas procedentes de Italia, Irlanda y Portugal.
- Gráfico 31. Gasto total internacional.
- Gráfico 32. Ocupación hotelera (pernoctaciones).
- Gráfico 33. Peso relativo de Canarias sobre el total nacional
- Gráfico 34. Aportación del Turismo al PIB en Canarias y España
- Gráfico 35. Consumo turístico por mercados emisores extranjeros 2018 (millones de euros).
- Gráfico 36. Situación hotelera canaria.
- Gráfico 37. Apreciación hotelera canaria.
- Gráfico 38. Apreciación hotelera canaria.
- Gráfico 39. Gasto en actividades en el sector “Transporte y almacenamiento” y en el total de los sectores como porcentaje de su VAB. 2008-2016.
- Gráfico 40. Parados año actual y anterior.
- Gráfico 41. Distribución de parados por sexos.
- Gráfico 42. Tasa de paro por grupos de edad.
- Gráfico 43. Nivel de paro por sectores.
- Gráfico 44. Distribución de la contratación por sectores respecto al total.

- Gráfico 45. Número de solicitudes de empleo. Canarias.
- Gráfico 46. ERTES demandados en Canarias.
- Gráfico 47. Empresas por actividad económica- ERTES.
- Gráfico 48. Impacto según la duración del estado de alarma.
- Gráfico 49. Variación de la actividad post-coronavirus, por sectores.
- Gráfico 50. Actividad prevista en España durante el estado de alarma.
- Gráfico 51. Índice general y por sectores de actividad.
- Gráfico 52. Valoración del impacto de factores sobre la competitividad.
- Gráfico 53. Se han implantado/implantarán nuevos mercados. 1-3 años.
- Gráfico 54. Se han implantado/implantarán nuevos mercados. 3-5 años.
- Gráfico 55. Se ofrecen/ofrecerán nuevos productos o servicios (1-3 años).
- Gráfico 56. Se ofrecen/ofrecerán nuevos productos o servicios (3-5 años). Canarias.
- Gráfico 57. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. 1-3 años. Canarias.
- Gráfico 58. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. 3-5 años. Canarias.
- Gráfico 59. Tecnologías enfocadas a mejorar el producto. 1-3 años. Canarias.
- Gráfico 60. Tecnologías enfocadas a la mejorar de procesos. 1-3 años. Canarias.
- Gráfico 61. Tics y transformación digital implantada o a incorporar. 1-3 años. Canarias.
- Gráfico 62. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. 1-3 años.
- Gráfico 63. Cambiarán los métodos de organización del trabajo 3-5 años. Canarias.
- Gráfico 64. Valoración del impacto de factores sobre la competitividad. Comercio.
- Gráfico 65. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Comercio.
- Gráfico 66. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Comercio.
- Gráfico 67. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Comercio.
- Gráfico 68. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Comercio.
- Gráfico 69. Estado de implementación o intención de incorporación 1-3 años. Comercio.
- Gráfico 70. Valoración del impacto de factores sobre la Competitividad. Transporte.
- Gráfico 71. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Transporte.
- Gráfico 72. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Transporte.

- Gráfico 73. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Transporte.
- Gráfico 74. Estado de implementación de innovación. Transporte.
- Gráfico 75. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Transporte.
- Gráfico 76. Valoración sobre el impacto de factores sobre la competitividad. Turismo.
- Gráfico 77. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Turismo.
- Gráfico 78. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Turismo.
- Gráfico 79. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Turismo.
- Gráfico 80. Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo. Turismo.
- Gráfico 81. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Turismo.
- Gráfico 82. Factores que más influyen a la hora de seleccionar candidato/a. Canarias.
- Gráfico 83. Factores que más influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Comercio.
- Gráfico 84. Factores que más influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Transporte.
- Gráfico 85. Factores que más influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Turismo.
- Gráfico 86. Perspectiva creación de empleo por áreas. Canarias.
- Gráfico 87. Previsión de contratación por nivel de estudios. Canarias.
- Gráfico 88. Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas. 1-3 años. Canarias.
- Gráfico 89. Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas 3-5 años. Canarias.
- Gráfico 90. Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo 1-3 años. Canarias.
- Gráfico 91. Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo 3-5 años. Canarias.
- Gráfico 92. Perspectiva creación de empleo por áreas. Comercio.
- Gráfico 93. Previsión de contratación por nivel de estudios. Comercio.
- Gráfico 94. Se han creado/crearán nuevas tareas. Comercio.
- Gráfico 95. Han aparecido/aparecerán nuevas profesiones o puestos de trabajo. Comercio.
- Gráfico 96. Perspectiva creación de empleo por áreas. Transporte.
- Gráfico 97. Previsión de contratación por nivel de estudios. Transporte.
- Gráfico 98. Se han creado o crearán nuevas tareas. Transporte.
- Gráfico 99. Han aparecido o aparecerán nuevas profesiones o puestos de trabajo. Transporte.

- Gráfico 100. Perspectiva creación de empleo por áreas. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 101. Previsión de contratación por nivel de estudios. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 102. Se han creado o crearán nuevas tareas. Turismo.
- Gráfico 103. Han aparecido o aparecerán nuevas profesiones o puestos de trabajo. Turismo.
- Gráfico 104. Ocupaciones con mayores cambios. Comercio.
- Gráfico 105. Ocupaciones con mayores cambios. Transporte.
- Gráfico 106. Ocupaciones con mayores cambios. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 107. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa canaria.
- Gráfico 108. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa. Comercio.
- Gráfico 109. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa. Transporte.
- Gráfico 110. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 111. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en últimos 3 años. Canarias.
- Gráfico 112. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en últimos 3 años. Comercio.
- Gráfico 113. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en últimos 3 años. Transporte y Almacenamiento.
- Gráfico 114. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en los últimos 3 años. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 115. Titulaciones universitarias más demandadas. Canarias.
- Gráfico 116. Titulaciones universitarias más demandadas. Comercio.
- Gráfico 117. Titulaciones universitarias más demandadas. Transporte.
- Gráfico 118. Titulaciones universitarias más demandadas. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 119. Ramas de FP más demandadas. Canarias.
- Gráfico 120. Ramas de FP más demandadas. Comercio.
- Gráfico 121. Ramas de FP más demandadas. Transporte.
- Gráfico 122. Ramas de FP más demandadas. Hostelería y Turismo.
- Gráfico 123. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Canarias.
- Gráfico 124. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Comercio.
- Gráfico 125. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Transporte.
- Gráfico 126. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Turismo.

Índice de tablas

- Tabla 1. Volumen del comercio mundial de mercancías
- Tabla 2. Comercio de mercancías de las economías en desarrollo por regiones, 2017-2018 (Miles de millones de dólares EE.UU. y porcentajes).
- Tabla 3. Principales flujos de país a país en el transporte de mercancías por carretera UE-28.
- Tabla 4. Variación anual en %.
(En 2019 la cifra es un avance y 2020 y 2021, previsiones).
- Tabla 5. Principales magnitudes según actividad principal (CNAE-2009 a 1, 2 y 3 dígitos) y tamaño (por personal ocupado)
- Tabla 6. Sector comercio en Europa.
- Tabla 7. Ocupación empresarial europea.
- Tabla 8. PIB PM. Índices de volumen encadenados (variaciones reales del PIB).
- Tabla 9. Resultados nacionales: Ocupados por sexo y rama de actividad. Valores absolutos y porcentajes respecto del total de cada sexo. Unidades: Miles Personas.
- Tabla 10. Afiliados a la Seguridad Social en el Comercio.
- Tabla 11. Percepción sobre los factores que influyen en la actividad exportadora.
- Tabla 12. Destino de las exportaciones españolas.
- Tabla 13. Exportaciones e importaciones (millones de euros).
- Tabla 14. Ocupación sector transporte.
- Tabla 15. Ocupados en el sector "Transporte y Almacenamiento" y el subsector "Ingeniería Civil" (miles de personas).
- Tabla 16. Transporte de mercancías por carretera (toneladas y toneladas-kilómetro) por ámbito. 2016-2017.
- Tabla 17. Llegada de turistas internacionales según vía de acceso - febrero 2020.
- Tabla 18. Resultados nacionales: Ocupados por sexo y rama de actividad. Valores absolutos y porcentajes respecto del total de cada sexo Sector hostelería y Turismo. Unidades: Miles Personas, Porcentaje.
- Tabla 19. Empleo turístico por CC.AA.

Tabla 20.	Datos sobre turismo y hostelería.
Tabla 21.	PIB Precio Mercado. Índices de volumen encadenados (variaciones reales del PIB). Canarias y España por trimestres.
Tabla 22.	PIB PM. Precios corrientes. Canarias y España por trimestres.
Tabla 23.	VAB por sectores canarios.
Tabla 24.	Exportaciones e importaciones canarias.
Tabla 25.	Distribución geográfica a nivel estatal del comercio de bienes.
Tabla 26.	Índices de comercio al por menor deflactados.
Tabla 27.	Viajeros transportados. Canarias.
Tabla 28.	Pasajeros en línea regular. Canarias.
Tabla 29.	Tráfico total de mercancías. Canarias.
Tabla 30.	Transporte aéreo. Canarias.
Tabla 31.	Gasto medio del turista extranjero en Canarias.
Tabla 32.	Empresas por número de asalariados.
Tabla 33.	Números de empresas por islas. Comercio.
Tabla 34.	Balance de situación y expectativas empresariales.
Tabla 35.	Indicadores de Confianza del Consumidor.
Tabla 36.	CNAE Comercio.
Tabla 37.	Empresas por número de asalariados. Transporte y Almacenamiento.
Tabla 38.	Empresas por su naturaleza jurídica. Transporte.
Tabla 39.	Número de empresas por islas. Transporte y Almacenamiento.
Tabla 40.	CNAE transporte.
Tabla 41.	Empresas por número de asalariados. Hostelería.
Tabla 42.	Empresas por su naturaleza jurídica. Hostelería.
Tabla 43.	Número de empresas por islas. Hostelería.
Tabla 44.	Encuesta ISTAC hacia la situación hotelera canaria.
Tabla 45.	CNAE hostelería.
Tabla 46.	Uso de TIC en comercio.
Tabla 47.	Equipamiento y uso de TIC en los hogares.
Tabla 48.	Coyuntura laboral canaria.
Tabla 49.	Tasas de paro e incidencia de género.
Tabla 50.	Tasa empleo, actividad y paro. España y Canarias.

- Tabla 51. Tasa de actividad, paro y empleo según sexo.
- Tabla 52. Contratos de trabajo del sector Comercio minorista por Comunidades Autónomas.
- Tabla 53. Puestos de trabajo en el sector turismo por ramas de actividad
- Tabla 54. Resumen de los parados en el mes de marzo Canarias.
- Tabla 55. Resumen de los parados en el mes de marzo. Sectores.
- Tabla 56. Contratación y afiliación a la Seguridad Social.
- Tabla 57. Resumen de los contratos en el mes de marzo. Canarias.
- Tabla 58. Barómetro de empresas.
- Tabla 59. Proyecciones por CC.AA.
- Tabla 60. Valoración del impacto sobre competitividad.
- Tabla 61. Se han implantado/implantarán nuevos mercados.
1-3 años. 3-5 años.
- Tabla 62. Se ofrecen/ofrecerán nuevos productos o servicios.
1-3 años. 3-5 años.
- Tabla 63. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías.
1-3 años. 3-5 años.
- Tabla 64. Incorporación de tecnologías enfocadas a mejorar el producto.
- Tabla 65. Incorporación de tecnologías enfocadas a la mejora de procesos.
- Tabla 66. Incorporación de tics y transformación digital.
- Tabla 67. Cambiarán los métodos de organización. 1-3 años. 3-5 años.
- Tabla 68. Valoración de impacto sobre la competitividad.
- Tabla 69. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Comercio.
- Tabla 70. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Comercio.
- Tabla 71. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Comercio.
- Tabla 72. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Comercio.
- Tabla 73. Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo. Comercio.
- Tabla 74. Valoración de impacto sobre competitividad. Transporte.
- Tabla 75. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Transporte.
- Tabla 76. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Transporte.

Tabla 77.	Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Transporte.
Tabla 78.	Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo. Transporte.
Tabla 79.	Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Transporte.
Tabla 80.	Valoración de impacto sobre la competitividad. Turismo.
Tabla 81.	Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Turismo.
Tabla 82.	Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Turismo.
Tabla 83.	Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Turismo.
Tabla 84.	Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo. Turismo.
Tabla 85.	Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Turismo.
Tabla 86.	Población activa según sexo y sectores. Canarias.
Tabla 87.	Ocupados y parados por sectores. IV trimestre 2019.
Tabla 88.	Resumen de los contratos en el mes de febrero 2020. Canarias.
Tabla 89.	Ocupados por nivel de formación alcanzado, sexo. Porcentajes respecto del total de cada comunidad. Canarias.
Tabla 90.	Ocupados por nivel de formación alcanzado, sexo y Comunidad Autónoma. Valores absoluto.
Tabla 91.	CIUO-08. Comercio.
Tabla 92.	Ocupaciones por CIUO-08. Comercio.
Tabla 93.	CIUO-08. Transporte.
Tabla 94.	Código CNO. Ocupación Transporte.
Tabla 95.	CIUO-08. Hostelería.
Tabla 96.	Código CNO. Hostelería.
Tabla 98.	Expectativas de empleo en Canarias.
Tabla 99.	Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas. 1-3 años. 3-5 años. Canarias.
Tabla 100.	Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo. 1-3 años. 3-5 años. Canarias.
Tabla 101.	Expectativas de empleo sector Comercio.
Tabla 102.	Previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos. Transporte.

- Tabla 103. Previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos. Turismo.
- Tabla 104. Formación dirigida a personas ocupadas. Por sexo y Provincias. Canarias.
- Tabla 105. Formación dirigida a personas desempleadas: Participantes que terminan acción formativa según sexos y grupos de edad. Por provincias y periodos. Canarias.
- Tabla 106. Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. Comercio.
- Tabla 107. Certificados de profesionalidad relacionados con el Comercio.
- Tabla 108. Acciones formativas sector Comercio catálogo especialidades FPE.
- Tabla 109. Títulos de Grado y Máster. Comercio. Universidad de la Laguna.
- Tabla 110. Títulos de Grado y Máster. Comercio. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Tabla 111. Títulos de Grado y Máster. Comercio. Universidad Europea de Canarias.
- Tabla 112. Cualificaciones profesionales familia profesional Transporte y Almacenamiento Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.
- Tabla 113. Acciones formativas sector Transporte catálogo especialidades FPE.
- Tabla 114. Títulos de Grado y Máster. Transporte. Universidad de la Laguna.
- Tabla 115. Títulos de Grado y Máster. Transporte. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Tabla 115. Cualificaciones del sector de Hostelería y Turismo Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales
- Tabla 116. Acciones formativas catálogo especialidades sector Hostelería y Turismo.
- Tabla 117. Títulos de Grado y Máster. Hostelería y Turismo. Universidad de la Laguna.
- Tabla 118. Egresados en el 2018 de la Universidad de la Laguna. Hostelería y Turismo.
- Tabla 119. Egresados del Máster universitario en Dirección y Planificación del Turismo. Universidad de La Laguna.
- Tabla 120. Títulos de Grado y Máster. Hostelería y Turismo. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Tabla 121. Egresados del Grado de Turismo en el periodo 2015-2018. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Tabla 125. Egresados de los másteres universitarios del sector Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

- Tabla 126. Títulos de Grado y Máster. Hostelería y Turismo. Universidad Europea de Canarias.
- Tabla 126. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos. Canarias.
- Tabla 127. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Comercio.
- Tabla 128. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Transporte.
- Tabla 129. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Turismo.
- Tabla 130. Acciones formativas que demandan las empresas del sector a corto plazo. Comercio.
- Tabla 131. Acciones formativas demandadas por categorías. Directivos. Comercio.
- Tabla 132. Acciones formativas demandadas por categorías. Mandos intermedios. Comercio.
- Tabla 133. Acciones formativas demandadas por categorías. Administrativos. Comercio.
- Tabla 134. Acciones formativas demandadas por categorías. Técnicos/as. Comercio.
- Tabla 135. Acciones formativas demandadas por categorías. Operarios. Comercio.
- Tabla 136. Acciones formativas demandadas por categorías. Otros perfiles. Comercio.
- Tabla 137. Acciones formativas demandadas por las empresas a corto plazo. Transporte.
- Tabla 138. Acciones formativas demandadas por categorías. Directivos. Transporte.
- Tabla 139. Acciones formativas demandadas por categorías. Mandos intermedios. Transporte.
- Tabla 140. Acciones formativas demandadas por categorías. Administrativos. Transporte.
- Tabla 141. Acciones formativas demandadas por categorías. Operarios/as. Transporte.
- Tabla 142. Acciones formativas demandadas por categorías. Otros perfiles. Transporte.
- Tabla 143. Acciones formativas demandadas por las empresas a corto plazo. Turismo.

- Tabla 144. Acciones formativas demandadas por categorías. Mandos intermedios. Turismo.
- Tabla 145. Acciones formativas demandadas por categorías. Directivos. Turismo.
- Tabla 146. Acciones formativas demandadas por categorías. Técnicos/as. Turismo.
- Tabla 147. Acciones formativas demandadas por categorías. Operarios/as. Turismo.
- Tabla 148. Acciones formativas demandadas por categorías. Administrativos. Turismo.
- Tabla 149. Acciones formativas demandadas por categorías. Otros perfiles. Turismo.
- Tabla 150. Situación de actividad del sector Transporte. Abril 2020. Canarias.

1

Presentación

1.

Presentación

El presente estudio “Análisis prospectivo de los sectores tradicionales con mayor peso en la economía canaria” es una iniciativa que ha llevado a cabo la Confederación Canaria de Empresarios (CCE) en el marco de desarrollo de la Estrategia Canaria de Activación de Empleo y el VI Acuerdo de Concertación Social de Canarias y, en particular, en la línea de desarrollo de Actuaciones en Materia de Políticas Activas de Empleo, que incide en el prioritario papel de los agentes económicos y sociales en el impulso de las políticas activas de empleo, y su participación y responsabilidad en su diseño, planificación, elaboración, coordinación y ejecución de las mismas. Estas políticas han de ser capaces de dar respuesta a las necesidades de ámbitos estratégicos a fin de garantizar la mejora de la competitividad, la diversificación económica y, en el contexto actual de recesión económica que ha generado la crisis del Covid-19, ayudar a frenar la reducción del empleo en los sectores más afectados y promover la creación de empleo en los sectores emergentes con gran potencial de crecimiento y en los sectores tradicionales de Canarias.

Las diferentes medidas que contempla el proyecto buscan como único fin, promover la capacitación y empleabilidad de los trabajadores desempleados y ocupados de Canarias, y facilitar herramientas que promuevan la diversificación de nuestro tejido productivo, como acciones clave para la mejora de los ratios de desempleo de nuestra región. Se trata, por consiguiente, de un proyecto con un marcado carácter de interés público y con clara orientación social.

Uno de los objetivos que ha encomendado la Estrategia Canaria de Activación para el Empleo a los agentes sociales es mejorar la información, seguimiento y evaluación de la oferta formativa y el conocimiento de las necesidades de capacidades en los diferentes sectores económicos y territorios, a través de los instrumentos establecidos en la Ley 30/2015 y su normativa.

En este sentido, el objetivo general de este estudio es analizar la dinámica de evolución económica, sectorial y empresarial en los sectores económicos tradicionales con mayor peso en la economía canaria, en orden a anticipar las necesidades de competencias y formación en los sectores tradicionales, estratégicos y en actividades emergentes con potencial para generar empleo, para que la información recogida pueda servir para orientar las estrategias de actuación en materia de empleo y formación y promover una oferta formativa acorde con las necesidades del mercado laboral y a las oportunidades de futuros nichos de empleo.

Como sectores objetivos del análisis prospectivo el estudio abarcará: el *sector de Comercio*, el *sector de Hostelería y Turismo* y el *sector de Transporte y Almacenamiento*.

El **sector de Hostelería y Turismo** constituye el sector tractor de la economía canaria cuya contribución a la economía canaria se sitúa muy por encima del 11,1% del peso medio del turismo en el conjunto de la economía española, ya que se sitúa en el 35% de la economía regional y genera casi el 40% del empleo en las islas. El estratégico papel del turismo en el sistema productivo canario se explica tanto por su impacto sobre las ramas de actividad directamente en contacto con el turista (efectos directos), como por capacidad para dinamizar otros sectores de actividad (efectos indirectos).

Por su parte, el **Comercio** en Canarias es una actividad fundamental. En la actualidad, el comercio sigue siendo una actividad básica y los factores que explican su importancia son cuatro: la división del mercado canario en siete mercados insulares, la insuficiencia de la producción canaria para abastecer las necesidades de la población, por lo que es necesario importar la gran mayoría de los artículos, la situación estratégica, que convierte al archipiélago en un punto de escala de muchas rutas comerciales mundiales y la importancia del turismo internacional que está fuertemente relacionado con el sector de Comercio.

Por último, el **sector del Transporte y Almacenamiento** es un sector económico de una importancia estratégica creciente por, entre otros motivos, contribuir a la conectividad insular, a la mejora de la competitividad económica, y por apoyar el desarrollo de la actividad en otros sectores como la industria, el comercio y el turismo, por citar aquéllos con gran peso en el tejido productivo de Canarias. La relevancia del sector aumentó considerablemente gracias al desarrollo de las cadenas de suministro que se han convertido en la base del proceso de globalización e internacionalización del tejido productivo nacional y en el soporte para mejorar la competitividad en los escenarios internacionales.

Desde la Confederación Canaria de Empresarios estamos convencidos que, si bien la realización de los trabajos de recopilación de información de fuentes documentales y primarias (mediante encuestas y entrevistas a actores clave sectoriales) se ha realizado en el periodo anterior a la irrupción de la crisis del Covid-19 y, por tanto, supone una aproximación que podríamos denominar previa a la crisis, estimamos que los análisis, recomendaciones y propuestas del estudio que han surgido de las aportaciones de los principales actores sectoriales van más allá de la coyuntura anterior a la crisis en las que estamos inmersos, ya que se fundamentan en una visión amplia, estructural y prospectiva del contexto global y canario, en el ámbito económico empresarial, la estructuración de los sectores tradicionales, los aspectos relevantes desde el ámbito del empleo (ocupaciones o puestos de trabajo), y el ámbito de la formación necesaria para acometer los retos y cambios de competencias que demandan los sectores en el actual contexto.

En este sentido, queremos destacar la plena vigencia de las conclusiones y el marco de ideas y líneas de actuación que se proponen en el presente estudio ante el nuevo escenario de la crisis sanitaria y económica, y de nuevas líneas de reactivación de la actividad económica, empresarial y laboral que cobra mayor relevancia, si cabe, para formular las estrategias de actuación encaminadas a la recuperación de la economía y del tejido productivo, a la reducción del impacto negativo en el empleo y para abordar los problemas y retos principales en la creación de empleo en el nuevo escenario al que nos enfrentamos, así como de las conclusiones planteadas para mejorar la planificación y coordinación de los sistemas de educación y formación orientada a las necesidades de cada sector, como a las nuevas necesidades y modalidades surgidas de la crisis del Covid-19 (ejemplo de ello el impulso de la formación en línea) para asegurar el acceso, la progresión y la calidad, en orden a garantizar la cobertura de las nuevas necesidades del sector empresarial, el mercado de trabajo y el desarrollo de la economía canaria.

2.

Objetivos
del estudio

2.

Objetivos del estudio

La realización del presente estudio responde a los siguientes objetivos:

- ▶ Contextualizar y caracterizar la actividad económico-empresarial de varios sectores tradicionales contemplados en la Estrategia Canaria de Activación para el Empleo, con el fin de ofrecer una visión general del panorama productivo y económico empresarial, así como su evolución, tendencias e innovaciones.
- ▶ Abordar un análisis cualitativo de los sectores más relevantes de la economía canaria teniendo en cuenta, entre otras fuentes de información, las opiniones de personas representativas, a través de entrevistas en profundidad (agentes sociales, económicos, representantes de asociaciones, clientes, etc.).
- ▶ Aportar una prospectiva a medio y largo plazo de la dinámica de evolución de los sectores teniendo en cuenta los vectores de cambio en los modelos productivos, cambios tecnológicos (impacto de la transformación digital), cambios organizativos, tendencias de mercado, cambios normativos y su incidencia en los requerimientos de empleo y las necesidades de formación.
- ▶ Identificar y anticipar la dinámica de evolución del empleo tanto a nivel cuantitativo como cualitativo en los sectores objetivos.
- ▶ Determinar las necesidades de competencias: argumentar la estructura y desarrollo de estas.

Ofrecer pautas y orientación que puedan servir de guía en el diseño de una oferta de formación acorde a las necesidades detectadas; y proporcionar criterios a los distintos agentes implicados para la toma de decisiones sobre estructura de formación, implantación (volumen y distribución de la oferta), etc.

3.

Metodología del estudio

3.1. **Ámbito del estudio**

3.2. **Planteamiento
metodológico**

3.

Metodología del estudio

3.1. Ámbito del estudio

De acuerdo con las prescripciones técnicas del proyecto el alcance del estudio ha sido el siguiente:

- ▶ **Ámbito geográfico:** el ámbito del estudio ha sido regional para la Comunidad Autónoma de Canarias, sin perjuicio de que se haya considerado necesario sobrerrepresentar determinadas islas en las que las fuentes de información indican que los sectores y procesos productivos de los sectores tradicionales y su impacto en el empleo tienen un mayor peso relativo.
- ▶ **Ámbito sectorial y funcional:** el estudio de prospectiva sectorial ha alcanzado los procesos productivos y áreas funcionales de tres sectores tradicionales con mayor peso en la economía canaria: el sector de Hostelería y Turismo, el sector de Comercio y el sector de Transporte y Almacenamiento. Esto facilita la transferibilidad de dichas funciones a otros contextos laborales y el conocimiento de la relación entre los sectores tradicionales y la existencia de elementos de transversalidad con otros sectores a nivel ocupacional y formativo.
- ▶ **Ámbito ocupacional:** para especificar el conjunto de ocupaciones propias de la familia profesional se ha utilizado la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones -CIUO-08, y la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO).
- ▶ **Ámbito formativo:** el estudio sectorial abarca todos los niveles de formación de todos los sistemas de educación y formación: Formación profesional reglada, formación para el empleo y formación universitaria e, intenta incluir el impacto de la formación virtual.
- ▶ **Ámbito temporal:** el estudio se ha realizado entre los meses de septiembre de 2019 y marzo de 2020, y por tanto en el periodo anterior a la crisis del Covid-19, si bien en la información de fuentes documentales se ha tratado de avance de proyecciones de indicadores de impacto económico, empresarial y en el empleo estimado en informes elaborados por instituciones y organismos a nivel internacional, para España y específicamente en Canarias.

3.2. Planteamiento metodológico.

Para dar cumplimiento a los objetivos previstos en el estudio se ha recurrido a la aplicación complementaria de diferentes técnicas de investigación de carácter documental, cuantitativa y cualitativa que aporten mayor productividad y fiabilidad en el análisis y recolección de datos, validez de los resultados y profundización necesarias de las claves de comprensión de las tendencias de evolución de los sectores tradicionales de la economía canaria a nivel productivo y económico-empresarial y su incidencia en el empleo y en la formación necesaria para dar respuesta a los requerimientos de competencias.

- ▶ Investigación documental: Se ha desarrollado una fase de recopilación de fuentes estadísticas y documentales con el objetivo de recabar y organizar la información documental (informes, datos estadísticos, etc.) relativos a indicadores económicos, de empleo y formación

Se ha sometido a revisión la selección preliminar de fuentes documentales realizada por el equipo técnico, estableciendo la pertinencia de cada una de ellas, así como valorando aportaciones de otras entidades colaboradoras en el estudio.

El proceso general para el desarrollo de la investigación documental ha sido el siguiente:

- a. Identificación y localización de publicaciones: Teniendo en cuenta el volumen de publicaciones disponibles actualmente dentro del ámbito de estudio, se han abordado con tecnologías de búsqueda bibliográfica automatizada, fundamentalmente utilizando como plataforma de búsqueda Internet, teniendo acceso a índices bibliográficos, bases de datos, etc.
- b. Organización de la información: Se elaboraron criterios para la selección de la información disponible. De esta manera se sistematizó la información seleccionada atendiendo a organizadores que respondan a los objetivos del estudio.
- c. Análisis de la información: Para abordar el análisis de la documentación se ha trabajado con una metodología matricial que incluía todas las categorías sobre las que se va a recoger información en los documentos.

Investigación cuantitativa. Encuesta a empresas: La encuesta estadística a una muestra representativa de empresas de los sectores tradicionales de la economía canaria ha permitido obtener una radiografía y prospectiva de la opinión y valoración de las empresas en relación con las tendencias de evolución en los sectores tradicionales en relación con una serie de variables de índole económica-empresarial, ocupacional o formativa y realizar la clasificación y conversión a números o porcentajes de los parámetros que necesiten ser ordenados o cuantificados, así como el cálculo estadístico.

El diseño muestral previo, ha permitido, con un margen de error definido, la extrapolación de los resultados al universo del estudio.

Muestra: Se ha llegado a contactar con más de 350 empresas, si bien se han considerado válidas 138 encuestas realizadas mediante cuestionario estructurado.

En el anexo I del presente informe se recoge detalle de la ficha técnica de la encuesta y el modelo de cuestionario realizado.

- ▶ Investigación cualitativa. Entrevistas en profundidad: Las entrevistas se muestran como la técnica idónea para indagar respecto a la opinión de los diferentes agentes de los sectores tradicionales que intervienen en el mercado laboral y el sistema de formación que por sus circunstancias concretas se encuentran en una posición de privilegio respecto al conocimiento del objeto de estudio. En la selección de los informantes clave de cada segmento se ha tenido en cuenta la dimensión de actividades de cada sector y territorial/insular para seleccionar los de las zonas de mayor impacto.

La finalidad de esta investigación cualitativa ha sido complementar los resultados cuantitativos (encuestas e información secundaria), con relación al análisis de los factores estructurales y coyunturales que inciden en la dinámica de evolución de la actividad económica y empresarial y su incidencia en el empleo a nivel cuantitativo y cualitativo (cambios en los perfiles y competencias requeridas) y en los sectores tradicionales objeto de estudio, la identificación de las carencias, oportunidades y factores críticos y la determinación de criterios de orientación que puedan servir de guía en el diseño de una oferta de formación acorde a las necesidades detectadas.

En este sentido, la realización de las entrevistas en profundidad a los diferentes segmentos de opinión considerados de interés ha permitido:

- ▶ Profundizar en la visión y percepción de las empresas y otros actores implicados y de personas expertas a nivel sectorial.
- ▶ Recabar opinión respecto de la situación a nivel sectorial e insular, analizar las barreras y dificultades y oportunidades de desarrollo productivo, empresarial como en el ámbito del empleo y la formación.
- ▶ Recabar recomendaciones y propuestas de actuación para mejorar las políticas de reactivación y desarrollo competitivo de los sectores, la dinámica de mantenimiento y generación de empleo y la ordenación y desarrollo de la formación como eje fundamental de la recuperación.

En cuanto a la selección de informantes clave, que han colaborado en la fase de prospección mediante entrevistas en profundidad, se han establecido una serie de especificaciones necesarias en cuanto a segmentos de opinión relevantes y perfiles que se han tenido en cuenta para garantizar la calidad y pertinencia de la información a recabar para dar cumplimiento a los objetivos del proyecto.

Se han realizado 21 entrevistas a diferentes informantes clave:

- a. VERTIENTE EMPRESARIAL: Ámbito empresarial a Gerentes y directores/as de área de las empresas pertenecientes a los sectores tradicionales. Se han realizado 8 entrevistas.
- b. AGENTES SOCIALES: Se han realizado 2 entrevistas: 2 entrevista a agentes sociales representativas de los sectores.

- c. **ÁMBITO INSTITUCIONAL:** Ámbito de la Administración Pública a responsables del ámbito de cada uno de los sectores tradicionales se han realizado un total de 3 entrevistas en este grupo, dirigidas a responsables de los organismos competentes.
- d. **ÁMBITO FORMACIÓN:** Se han realizado un total de 4 entrevistas en este grupo, dirigidas a responsables de centros de formación relacionados con los sectores objeto de estudio.
- e. **EXPERTOS SECTORIALES:** Que aportado conocimientos sobre la estructura organizativa, funciones, procesos y tecnologías inherentes a los sectores objeto de estudio. Se han realizado 4 Entrevistas.

4.

Contexto general de la economía y el empleo

4.1. Contexto Internacional

4.2. Contexto Nacional: marco y características socioeconómicas

4.3. Contexto Canarias: análisis socioeconómico y estructural por sectores

4.4. La perspectiva económico empresarial por sectores: Hostelería y turismo, Comercio y Transporte

4.

Contexto general de la economía y el empleo

4.1. Contexto internacional.

Crisis mundial COVID-19, previsiones con respecto al efecto de la pandemia sobre los distintos sectores a nivel internacional

En primer lugar, no podemos iniciar la presentación de resultados del estudio sin mencionar la crisis global provocada por la emergencia sanitaria del Covid-19 que ha irrumpido en la vida sanitaria, social y económica a nivel global generando un contexto de crisis mundial sin precedentes.

Como ya se ha indicado en la presentación, la iniciativa para la realización del presente estudio se adopta por la CCE en el marco de ejecución y desarrollo del Programa de Políticas Activas de Empleo en el año 2019 y el desarrollo de los trabajos del estudio se llevan a cabo entre los meses de septiembre de 2019 a marzo de 2020, de modo que a la finalización del estudio es cuando se inicia la crisis del Covid-19 en la que estamos inmersos a nivel global.

En este sentido, si bien la presentación de la información de fuentes secundarias (estadísticas como bibliográficas) como primarias (encuestas y entrevistas en profundidad) responde al periodo previo a la crisis, se ha considerado necesario incorporar aún con la escasa capacidad de anticipación, prospección y fiabilidad de datos con referencias a algunos informes de organismos y empresas consultoras de prestigio que, en el mes de marzo y abril, ya aportan datos de estimación de escenarios de proyecciones de impacto a nivel macroeconómico de la crisis, a nivel global e internacional como a escala nacional y en el contexto insular de Canarias, disponibles a la redacción final del presente informe.

A continuación, se realiza una primera aproximación a algunas de las proyecciones de evolución esperada de la economía y la actividad empresarial a nivel internacional para a continuación presentar la sistematización de datos acerca del contexto internacional en los sectores objeto de estudio: Comercio, Transporte y Almacenamiento y Hostelería y Turismo.

Actualmente nos estamos enfrentando a nivel global, a una crisis sociosanitaria con unas consecuencias, a priori de difícil precisión, pero de enorme gravedad en cuanto al impacto esperado a nivel macroeconómico y en la actividad sobre los sectores productivos.

La pandemia por Covid-19 ha transformado de forma imprevista y radical el escenario económico global, ha llevado a nuestro mundo a una paralización de su actividad con repercusiones nunca vistas en nuestras vidas, nuestras economías, nuestras sociedades y nuestros medios de vida, y existen riesgos crecientes de una recesión mundial y de una pérdida masiva de empleo.

Según los datos ofrecidos por el informe McKinsey sobre el impacto del Covid-19, todos los sectores objeto de su estudio tienen un impacto significativo sobre su producción: El aeroespacial y de defensa recibe un -47%, el de viajes y vuelos un -51%, el de seguros un -38%, el de gasolina y gas un -48%, el de automoción un -35% y el de la moda y artículos de lujo un -36%. Con todo ello vemos un descenso de la actividad de consumo y producción muy significativa. (McKinsey. Covid 19 Briefing Note 25 marzo 2020)

Los datos de la economía real ya reflejan el fuerte impacto que está teniendo la pandemia. En China, el PMI de marzo refleja que la economía se sigue contrayendo, aunque a un menor ritmo que en febrero (46,7 puntos frente a los 27,5 del mes anterior); mientras que la inflación situó su tasa interanual en el -1,5%, acusando no solo los precios de la energía, sino también la debilidad de la demanda.

Según datos que recoge el informe de la consultora KPMG (El impacto económico del COVID-19, más allá de 2020) en los dos primeros meses de 2020, la producción china se contrajo un 13,5% en términos interanuales, la primera caída desde la apertura del país en 1990. La contracción afectó especialmente a las manufacturas exportadoras, con descensos por encima del 20% en los sectores del automóvil (-32%), equipos de transporte (-28%), textil (-27%), metales (-27%), maquinaria eléctrica (-25%), y minería no metálica (-21%). Las caídas en sectores como la electrónica e informática (-13,8%) o la industria química (-12%), aunque fuertes, no fueron tan acusadas. La producción de energía eléctrica descendió un 7%, mientras paradójicamente aumentó la de petróleo y gas un 2%.

Estos datos ponen de manifiesto el fuerte impacto que ha tenido el COVID-19 sobre la economía china y permiten anticipar los efectos que provocará en otras economías en las que se encuentra en fase de expansión.

En Estados Unidos, el empleo se ve especialmente afectado por la pandemia: en marzo la tasa de paro alcanzó el 4,5% en comparación con el 3,5% del mes anterior y durante el mes de abril 6,6 millones de trabajadores solicitaron prestaciones por desempleo. Realmente negativo ha sido el índice de clima industrial ISM, que en marzo ha caído 40 puntos en comparación con febrero (12,9 frente a 51,9). Aunque en la Unión Europea los datos reales son todavía escasos, el índice PMI del sector de la construcción, que sufre en marzo la mayor contracción de su historia, (baja de 52,5 puntos a 33,5) augura ya los efectos de la pandemia en el Viejo Continente.

En general, los efectos de esta crisis sanitaria se prevén severos a todos los niveles, tanto económicos como demográficos. Sin embargo, la dimensión territorial de la crisis apunta a un efecto rebote positivo, aunque toda previsión y ponderación ha de corroborarse con el tiempo, y la velocidad de dicha recuperación depende directamente de la duración de la crisis.

Comercio:

Según la OCDE se estima que la epidemia reduzca el crecimiento mundial en un 2,4% para 2020. El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo explica que, por el lado de la oferta, la falta de mano de obra, las limitaciones de movilidad, y los evidentes problemas del sector de transporte han provocado que haya una escasez de materias primas y componentes, lo cual ha roto la cadena de suministro global y, en muchos casos, ha llevado al cierre de fábricas.

Según los datos facilitados por Jaime Montalvo, director internacional de la Cámara de Comercio de España, el 34% del PIB español pertenece a las exportaciones, dos tercios de los cuales van dirigidos a Europa.

El sector comercial está clausurado a nivel mundial, salvo al nivel de bienes de primera necesidad, por lo tanto, a pesar de que se pueda garantizar el flujo de mercancías de este tipo, las empresas van a tener un descenso importante en cuanto al número de pedidos, y a la capacidad de cobrar los mismos.

A pesar de la situación tan difícil, el director de la Cámara de Comercio de España presenta un escenario en el que, por tratarse de una crisis a nivel mundial, y el hecho de que China y Corea del Sur comiencen a salir de esta crisis, favorece el que ciertos sectores comiencen a contar con los inputs necesarios en sus cadenas de valor.

El efecto rebote de la economía en este sector se presenta, a priori positiva, sin embargo, este parón dejará muy dañadas las empresas de este sector.

El efecto sobre los pequeños comercios es a corto plazo negativo, sin embargo, depende directamente de las medidas directas que se tomen tanto a nivel nacional como europeo, para que la recuperación de todo el sector sea positiva.

Transporte y Almacenamiento:

En este sector no podemos evitar dividirlo entre transporte de pasajeros y transporte de mercancías y bienes. En el caso de transporte de pasajeros, lo trataremos en el apartado de turismo, donde ahondaremos en este tema.

En el caso de transporte de mercancías, como veíamos en el apartado anterior, las fuertes medidas tomadas a nivel mundial tienen un efecto directo sobre el sector. Si bien la demanda de bienes de primera necesidad debe quedar satisfecha, la demanda general de bienes ha disminuido enormemente y está forzando a ciertas empresas, en todos los sectores, a su cierre, en algunos casos definitivo, por no poder asumir la presión económica, o bien temporal, de ahí la masiva declaración de Ertes.

Desde ASTIC (Asociación del Transporte Internacional por Carretera), los primeros efectos en el transporte de mercancías, ya se están presentando, con el mercado chino, evidentemente. La estimación de dicha asociación es un descenso en los puertos de mercancías del 20-25%, lo que representa una pérdida aproximada de 1.200 millones de euros cada mes para el transporte marítimo mundial (datos obtenidos de la Cámara de Transporte Internacional International Chamber of Shipping – ICS).

El sector de hortaliza, se prevé que quede muy afectado, puesto que España es el mayor proveedor de frutas y verduras de Europa, con casi un tercio del total. En torno al 85% se realiza por camión, especialmente en el centro y norte de Europa. El segundo es Holanda con un 30% del total y el tercero Italia.

La rotura del flujo logístico de transporte hace prever efectos negativos a corto-medio plazo.

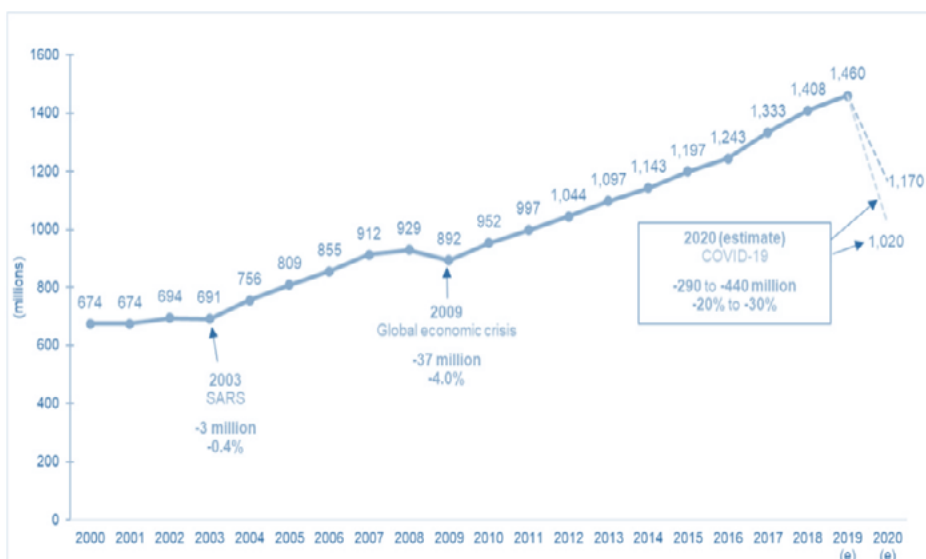
Nuevamente la recuperación de este y el resto de los sectores depende directamente de la duración de la crisis sanitaria y de las medidas de contención y recuperación que se presenten a nivel nacional, europeo e internacional.

Hostelería y Turismo

Si atendemos al impacto en el sector turístico un informe de la Organización Mundial del Turismo OMT (Evaluación del impacto del brote de COVID-19, 25 marzo 2020) se plantea que “en el turismo internacional cualquier evaluación del impacto de esta crisis sin precedentes en el sector turístico se ve sobrepasada de inmediato por una realidad que cambia a toda velocidad. Sobre la base de los últimos acontecimientos (medidas de cuarentena, prohibiciones de viajes y cierres de fronteras en la mayor parte de Europa, que representa el 50% del turismo internacional, y en muchos países de las Américas, África y Oriente Medio), de las tendencias en Asia y el Pacífico, y de los patrones de crisis previas (el SRAS en 2003 y la crisis económica mundial en 2009), la OMT estima que las llegadas de turistas internacionales podrían reducirse entre un 20% y un 30% en 2020”.

En las siguientes gráficas podemos apreciar cual era la previsión estimada en cuanto a llegadas de turistas en el mundo, y cuál es la realidad y previsión a raíz de la crisis sanitaria:

Gráfico 1. Previsión para 2020: Llegadas de turistas internacionales en el mundo (millones).

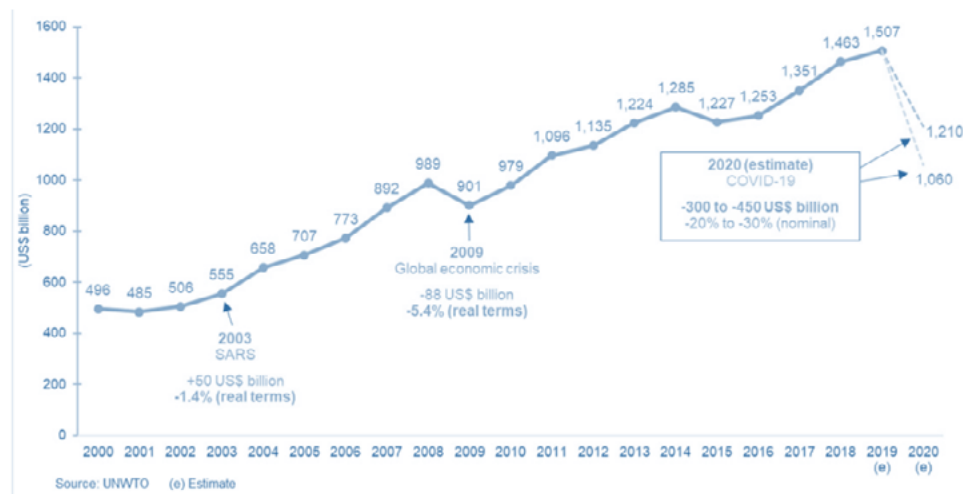


Fuente: OMT

Como vemos la caída es drástica, devolviéndonos a datos de hace 8 años, en el 2012.

En cuanto a los ingresos estimados, podemos ver en la siguiente gráfica, nuevamente, una caída preocupante en el ingreso mundial a raíz del turismo:

Gráfico 2. Ingreso estimado mundial



Fuente: OMT

Como vemos, retrocedería el ingreso niveles de hace ocho o nueve años atrás.

Este declive se traduciría en los siguientes indicadores en el peor de los escenarios que plantea la OMT:

- ▶ Entre 290 y 440 millones de llegadas menos de turistas internacionales.
- ▶ De 5 a 7 años de pérdida de número de turistas.
- ▶ Una pérdida de entre 300.000 y 450.000 millones de dólares en ingresos por turismo internacional (exportaciones), casi un tercio del billón y medio de dólares generados en el mundo en el peor escenario posible.
- ▶ 1/3 de 1,5 billones de USD de pérdida en exportaciones turísticas.

Como hemos apuntado en el informe, este es uno de los sectores más afectados por esta crisis, y a su vez uno de los motores de crecimiento tanto a nivel nacional como de las Islas Canarias, por lo que en adelante tendremos que analizar las medidas que se toman para retomar la actividad de este sector clave.

Según los datos obtenidos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Organización Mundial de Turismo, se trata de un sector estratégico para España, puesto que aporta el 12,3% del PIB y el 12,7% del empleo. El hecho de que la crisis sanitaria se esté manteniendo en el tiempo, ya está teniendo efectos sobre la movilidad de las personas a nivel nacional e internacional, por lo que, el sector está parado prácticamente en su totalidad.

El pasado 6 de marzo la OMT revisó sus perspectivas respecto a llegadas de turismo internacional para el año 2020, situándolas entre un 1% y 3%, lo que supondría entre 30.000 y 50.000 millones de dólares de pérdida estimada. La previsión de la OMT previa al Covid-19 era de un crecimiento del sector entre un 3 y un 4% para este año.

El hecho de que se trate de una crisis mundial está teniendo un efecto sobre las cancelaciones de viajes y una progresiva e importante caída en la demanda de servicios turísticos a corto y medio plazo, tanto en el mercado emisor como receptor, y por lo tanto la industria turística española no queda exenta.

En todos los sectores, no sólo los que son objeto de este estudio, las empresas han establecido planes de contingencia y, junto con la previsión de los gobiernos y los planteamientos y programas para solventar y aliviar el efecto (aún por determinar) de esta crisis, serán claves para la resolución de esta y la reactivación de la economía tanto a nivel nacional como internacional.

4.1.1. Sector Comercio

A. DATOS MACROECONÓMICOS

Según datos del Banco Mundial, el comercio representa el 59,44% del PIB mundial según datos para el año 2018. Este porcentaje nos da una idea de la importancia del sector a nivel macroeconómico.

España se encuentra en una posición centralizada con un 67,77%, una posición que no indica su aportación respecto al PIB, sino más bien un balance entre importaciones y exportaciones bastante equilibrado con respecto a otros países. Como veremos en los siguientes apartados y sectores.

El volumen del comercio mundial de mercancías creció un 3% durante el año 2018, algo más que el PIB mundial con un 2,9%. El incremento de las exportaciones se debió a los altos precios de la energía, junto con el continente asiático que contribuyó al crecimiento de las importaciones mundiales. En el ámbito de combustibles, productos manufacturados y productos agropecuarios, aumentaron un 23%, 8% y 5% respectivamente.

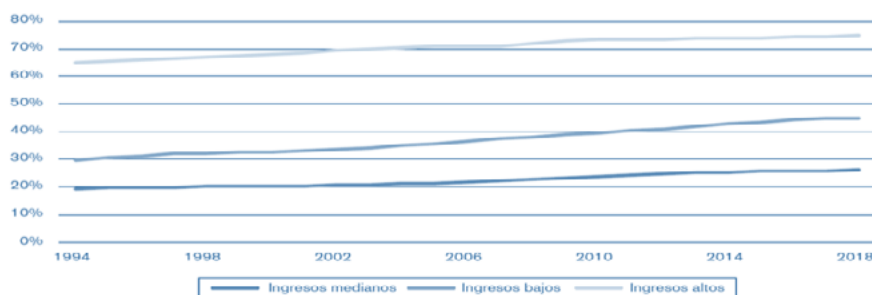
B. EMPLEO

A lo largo de las últimas décadas el sector comercial ha crecido muy rápidamente, en buena parte por el progreso tecnológico y por lo tanto por el alcance que ello conlleva a nivel global.

Esto supone una serie de beneficios para las empresas y consumidores en términos de precios más bajos y una oferta mucho más variada. Todo ello ha contribuido a que la participación del sector en el empleo total esté aumentando en todo el mundo. Los cambios estructurales debidos a la innovación, cambios demográficos, entre otros conlleva que en las economías de ingresos más altos el comercio pueda beneficiar a una mayor proporción de trabajadores.

Como vemos en la siguiente gráfica la participación del comercio de servicios en el empleo total ha aumentado en todo el mundo de manera significativa:

Gráfico 3. Empleo en el sector de los servicios, como porcentaje del empleo total, 1994-2018.



Fuente: ILOSTAT. Categorías de ingresos según el Banco Mundial

Es interesante analizar cómo se correlacionan el sector de comercio de servicios y de mercancías. El comercio de servicios tiene efectos diferentes sobre el empleo y los salarios, lo que da lugar a efectos comparables a los del comercio de mercancías. La deslocalización de bienes o servicios, al sustituir la mano de obra del propio país por la mano de obra extranjera, puede reducir la demanda laboral. Por otro lado, las importaciones pueden reducir los costos y aumentar su productividad, lo que en última instancia podría aumentar la demanda de trabajo, si la reducción de precios se traduce en una mayor demanda de producción.

Como veremos en la siguiente gráfica, las estadísticas nos indican que el comercio genera un gran número de empleos en algunos países en desarrollo, como pueda ser el sector de las TICs en India, que emplea a 3,5 millones de trabajadores. En varias economías, como la de Chile, Costa Rica, la ya mencionada India, Sudáfrica y Turquía, las exportaciones de bienes de servicios representan más del 10% del empleo del sector.

Gráfico 4. Porcentaje de empleos (de servicios) relacionados con las exportaciones de servicios.

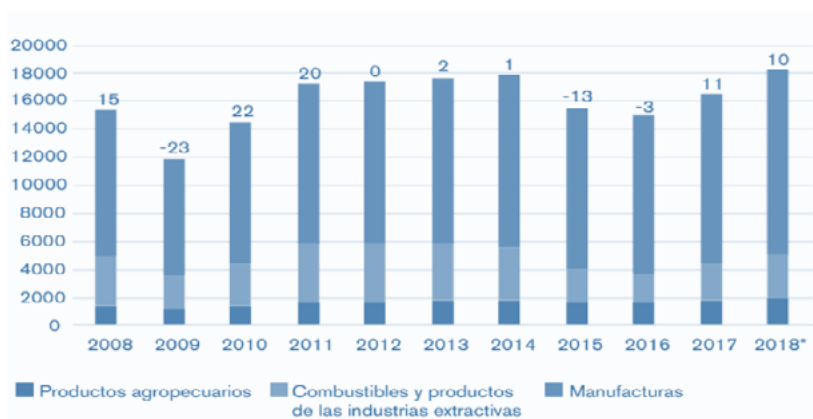


Fuente: Base de datos Trade in Employment de la OCDE

C. DATOS ESPECÍFICOS:

Según las estimaciones de la Organización Mundial del Comercio las exportaciones de mercancías a nivel internacional aumentaron un 20% desde el año 2008 hasta el 2018.

Gráfico 5. Exportaciones mundiales de mercancías por grupos de productos y crecimiento anual, 2008-2018 (Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual media anual).

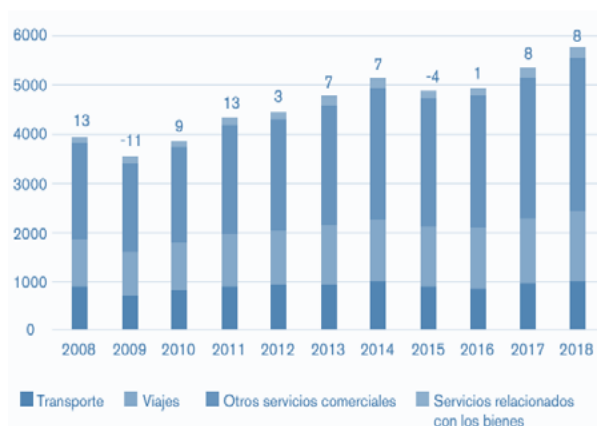


Fuente: OMC

El crecimiento anual de las exportaciones de productos manufacturados fue de un 2,3% como tasa promedio anual.

Las exportaciones de servicios comerciales aumentaron un 46% a un 3,9% de tasa promedio anual.

Gráfico 6. Exportaciones mundiales de servicios comerciales por sectores y crecimiento anual, 2008-2018 (Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual media anual).



Fuente: OMC

El volumen de las importaciones aumentó un 5,0% en América del Norte y en Asia en 2018. En América del Norte, este incremento significó un crecimiento del 4% respecto del año anterior, mientras que Asia decreció con respecto al incremento del 8,3% registrado en 2017. El crecimiento del volumen de las importaciones europeas fue lento y cayó a un 1,0% en 2018, frente al incremento del 2,9% registrado en 2017. El volumen de las importaciones de América del Sur y América Central se siguió recuperando del acusado declive registrado entre 2014 y 2016 y experimentó un incremento del 5,2% en 2018. Las demás regiones en su conjunto registraron un débil crecimiento de las importaciones (0,5%).

Es importante señalar que el hecho de que la mayor concentración de exportaciones e importaciones se den por la participación de Europa y Asia, hace que dichas regiones tengan una influencia enorme en el crecimiento mundial del sector.

También observamos en la tabla siguiente el crecimiento que comentábamos del volumen del comercio mundial de mercancías, con un 3% en 2018, lo que supuso una marcada desaceleración con respecto al incremento del 4,6% del año anterior.

Tabla 1. Volumen del comercio mundial de mercancías

	2015	2016	2017	2018
Volumen del comercio mundial de mercancías^a	2,3	1,6	4,6	3,0
Exportaciones				
Economías desarrolladas	2,4	1,0	3,6	2,1
Economías en desarrollo y CEI	1,7	2,3	5,6	3,5
América del Norte	1,1	0,3	4,2	4,3
América del Sur y América Central	-0,4	0,7	3,0	0,6
Europa	2,9	1,2	3,7	1,6
Asia	1,4	2,3	6,8	3,8
Otras regiones ^b	3,2	2,9	1,6	2,7
Importaciones				
Economías desarrolladas	4,2	2,0	3,3	2,5
Economías en desarrollo y CEI	0,6	1,3	6,8	4,1
América del Norte	5,4	0,1	4,0	5,0
América del Sur y América Central	-8,4	-8,8	4,6	5,2
Europa	3,5	3,1	2,9	1,1
Asia	3,9	3,6	8,3	5,0
Otras regiones ^b	-4,3	-1,9	2,5	0,5
PIB real a tipos de cambio de mercado	2,8	2,4	3,0	2,9
Economías desarrolladas	2,3	1,7	2,3	2,2
Economías en desarrollo y CEI	3,7	3,7	4,3	4,1
América del Norte	2,8	1,6	2,3	2,8
América del Sur y América Central	-0,8	-2,1	0,8	0,6
Europa	2,4	2,0	2,7	2,0
Asia	4,3	4,1	4,5	4,3
Otras regiones ^b	1,2	2,2	1,9	2,2

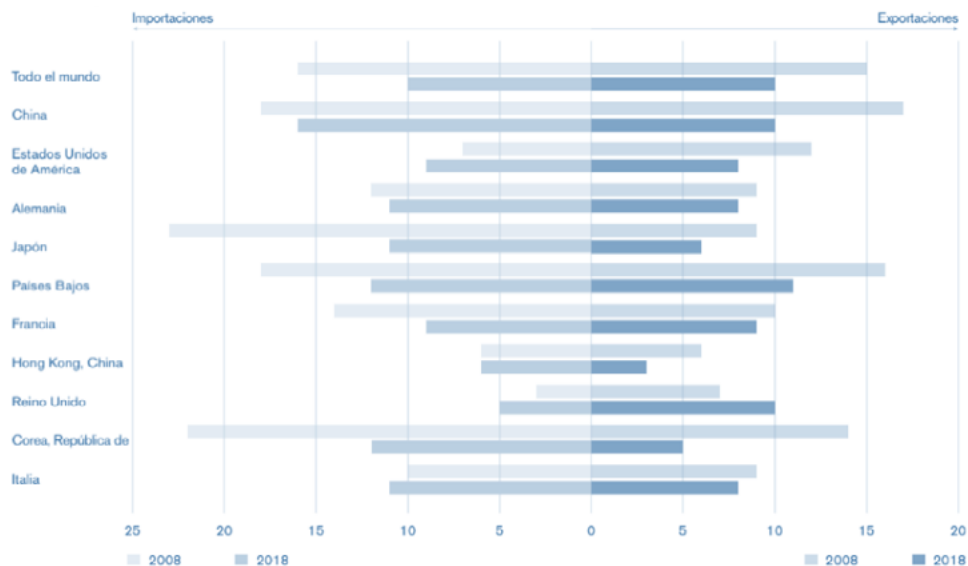
a Promedio de las exportaciones y las importaciones.

b "Otras regiones" comprende África, Oriente Medio y la Comunidad de Estados Independientes (CEI), incluidos los Estados asociados y los antiguos Estados miembros.

Fuente: OMC

Por último, conviene señalar cuales son las economías en las que se concentra la mayor parte del comercio. Según datos de la OMC, más de la mitad del comercio mundial se concentra en 10 economías:

Gráfico 7. Principales economías comerciantes de mercancías, 2008 y 2018 (Variación porcentual anual del crecimiento del comercio).



Fuente: OMC y la UNCTAD

Nota: El orden de las economías refleja el puesto que ocupaban en la clasificación mundial en 2018. La clasificación se basa en el comercio total calculado como la suma de las exportaciones e importaciones.

En conjunto estas 10 economías representaron un 53,3% del comercio mundial, con China a la cabeza, representando en 2018 un 13% de las exportaciones totales (2,49 billones de dólares) y sus exportaciones con un 11% (2,14 billones de dólares).

Los EE. UU. siguieron siendo los principales importadores (2,61 billones de dólares); Alemania la tercera economía comerciante (1,56 billones de dólares en exportaciones); Japón le seguiría como cuarto comerciante (94.000 millones de dólares).

Las economías en desarrollo siguieron creciendo durante el año 2018, con 11% en exportaciones y un 12% en importaciones, creciendo a un ritmo mayor que las economías desarrolladas en el conjunto de países del mundo, como observamos en la siguiente tabla.

El mayor crecimiento de las exportaciones se registró en África y Oriente Medio, y el de las importaciones en América Latina, África y Asia, que registraron un crecimiento de dos dígitos.

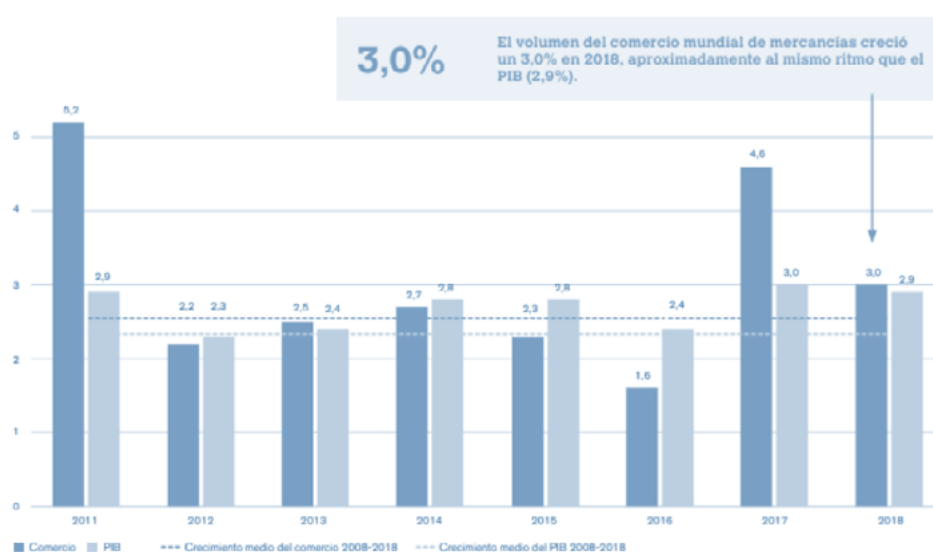
Tabla 2. Comercio de mercancías de las economías en desarrollo por regiones, 2017-2018 (Miles de millones de dólares EE.UU. y porcentajes).

	Exportaciones					Importaciones						
	Valor		Participación en el valor mundial		Variación porcentual anual		Valor		Participación en el valor mundial		Variación porcentual anual	
	2018	2017	2018	2017	2018	2018	2017	2018	2017	2018		
Economías en desarrollo*	8223	43,2	43,5	12	11	7974	40,7	41,1	13	12		
América	1086	5,8	5,7	12	9	1122	5,8	5,8	8	11		
Economías en desarrollo de Europa	205	1,1	1,1	11	9	279	1,6	1,4	17	-1		
África	479	2,4	2,5	18	14	574	2,9	3,0	6	11		
Oriente Medio	1140	5,5	6,0	15	21	737	4,2	3,8	3	1		
Economías en desarrollo de Asia*	5314	28,4	28,1	11	9	5262	26,2	27,1	16	14		
Pro memoria:												
Todo el mundo*	18919	100,0	100,0	11	10	19394	100,0	100,0	11	10		
Economías desarrolladas	10056	53,8	53,2	9	9	10984	57,1	56,6	9	9		
Comunidad de Estados independientes incluidos los Estados asociados y los antiguos Estados miembros	640	3,0	3,4	25	24	435	2,3	2,2	22	8		

Fuente: OMCy UNCTAD

Nota: América Latina comprende América del sur y central, el Caribe y México. Las economías en desarrollo de Europa son Albania, Bosnia y Herzegovina, Macedonia del Norte, Montenegro, Serbia y Turquía.

Gráfico 8. Crecimiento del volumen del comercio mundial de mercancías y del PIB real mundial, 2011-2018 (Variación porcentaje anual).



Fuente: OMC

Las tendencias de evolución de este sector están directamente relacionadas con las políticas comerciales y su evolución. Los miembros de la OMC aplicaron 47 medidas destinadas a facilitar el comercio, mediante la reducción o eliminación de aranceles de importación. El efecto de estas políticas de facilitación de importaciones se estimó en 398.200 millones de dólares, lo cual es un 3% mayor que en el promedio registrado desde 2012.

El acuerdo de facilitación del comercio (IFC) entró en vigor en febrero de 2017, ya que dos tercios de los miembros de la OMC lo ratificaron, y a finales de junio de 2019, los 145 miembros habían presentado sus instrumentos de ratificación.

La evolución del comercio mundial irá directamente relacionada al cumplimiento de esta reducción arancelaria. Según la OMC los aranceles aplicados a nivel mundial en régimen de nación más favorecida han disminuido durante los últimos 10 años, aunque a un ritmo lento.

Como vemos, si está tendencia continúa, el horizonte es optimista; pero sin ninguna duda deberemos observar el devenir de la crisis sanitaria que estamos viviendo, para entonces poder hacer prospectivas más certeras; puesto que toda esta tendencia puede frenarse totalmente.

Por último, debemos señalar la influencia del Brexit del Reino Unido, y sus efectos sobre el comercio a nivel mundial y europeo. Si bien la salida del Reino Unido de la UE tiene consecuencias a nivel macroeconómico, en el campo del comercio, y en lo que se refiere a mercancías, el Reino Unido seguirá formando parte del Territorio Aduanero de la UE y el Mercado Único, en consecuencia, continuará la libre circulación de mercancías, por lo que las empresas seguirán beneficiándose de las preferencias arancelarias durante el periodo transitorio que comprende el 01/02/2020 hasta el 31/12/2020. Por lo tanto, los efectos adversos hacia el comercio los veremos reflejados una vez que finalice este periodo.

Según los datos ofrecidos por la OMC se prevén posibles subidas arancelarias para el Reino Unido, que posiblemente beneficiasen temporalmente a los estados miembros de la UE, hasta que se llegase a un acuerdo arancelario.

Con respecto al mercado latinoamericano, no se prevé ningún efecto para los países miembros de la UE, en cualquier caso, podría presentarse en detrimento del comercio británico.

4.1.2. Sector Transporte y Almacenamiento

A. DATOS MACROECONÓMICOS

El transporte internacional de mercancías responde esencialmente a las necesidades de comercio exterior, por lo que solo puede evaluarse teniendo en consideración cuales son las pautas de evolución cuantitativas y estructurales del comercio internacional de mercancías en el mundo. El siguiente gráfico muestra la evolución del volumen de comercio internacional total y europeo (suma de todas las exportaciones y de todas las importaciones en términos de porcentaje del PIB mundial) desde 1970 hasta 2019 según datos del Banco Mundial.

Gráfico 9. Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE.



Fuente: Banco Mundial y OCDE

Tan importantes como el crecimiento del comercio en volumen son los cambios en su estructura que, a su vez, responden a cambios en los equilibrios de las relaciones internacionales. Así se pueden destacar los siguientes aspectos con incidencia en el transporte internacional de mercancías:

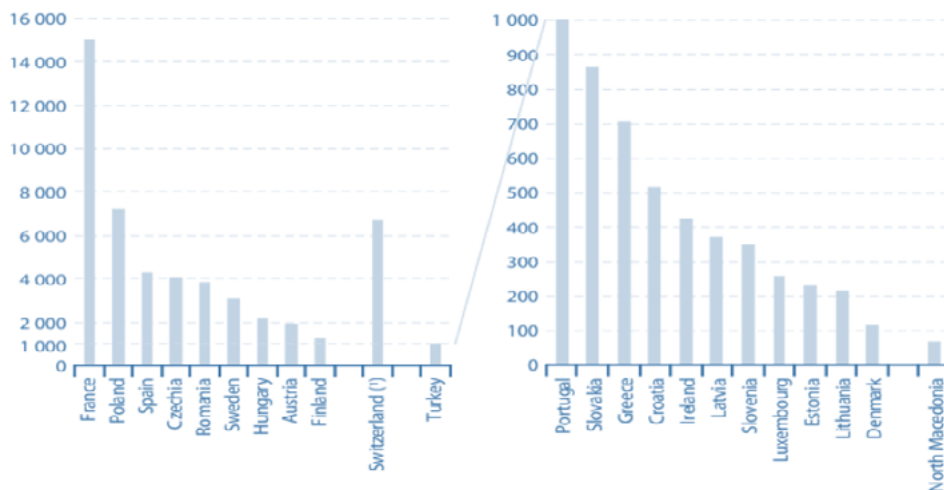
- ▶ Más actores en un mundo más global e inclusivo: actualmente más del 58% de la producción mundial procede del mundo en desarrollo, frente a un papel casi marginal de hace tres décadas. También la demografía cambia, Europa representa actualmente el 10% de la población mundial frente al 15% de 1980 o el 25% de 1900. Europa en consecuencia ha dejado de ser el principal centro del comercio del transporte internacional de mercancías, si bien conserva y está en posición de retener un papel destacado si mantiene su competitividad.
- ▶ Nuevos patrones en el comercio internacional: el comercio se hace más multipolar y complejo. En 1990, el 60% del comercio internacional era Norte-Norte (principalmente de productos terminados), y el 30% Norte-Sur (principales materias primas). Hoy el comercio responde al concepto de Cadenas Globales de Valor donde 2/3 del comercio consiste en el intercambio de inputs intermedios para la producción de un bien final en un tercer país, lo que tiene evidentes consecuencias para los sistemas de transporte.
- ▶ Mercados globales: la globalización no sólo afecta al comercio. Las tecnologías de la información y comunicaciones, la eliminación de barreras comerciales y del capital afectan a los mercados. La competencia en los mercados de transporte de mercancías y logística es, en muchos de los casos, mundial. Las ventajas comparativas de un país o una región multiplican sus efectos y se proyectan sobre otros sectores.
- ▶ Datos e inteligencia: El desarrollo tecnológico permite acceder a gran cantidad de información en tiempo real, y a herramientas para procesarla y tomar decisiones ventajosas. El transporte y la logística es uno de los sectores donde la digitalización puede ser más disruptiva: vehículos sin conductor, optimización de la planificación de las rutas o las inversiones pueden verse muy afectadas por el nuevo marco digital.

B. DATOS ESPECÍFICOS:

Según datos de EUROSTAT en su informe más actualizado “Energy, Transport and environment statistics - 2019 edition” trata los datos sobre transporte a nivel internacional europeo hasta el año 2017.

Transporte ferroviario: Dentro de los países que poseen este tipo de transporte, Francia se encuentra entre los países que más infraestructuras de este tipo disponen., con más de 15.000 pasajeros; seguido de Polonia con la mitad de los pasajeros que Francia.

Gráfico 10. Transporte internacional europeo.

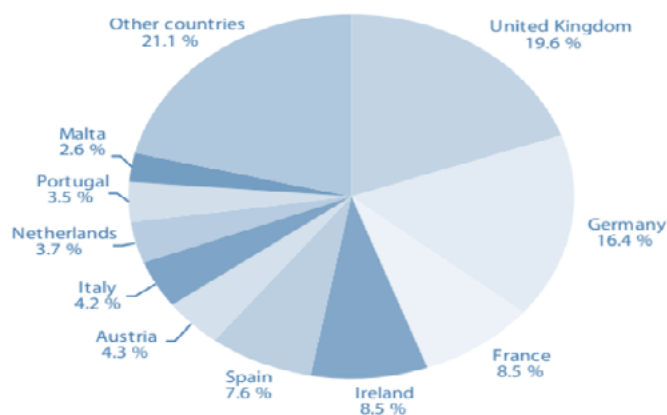


Fuente: EUROSTAT

Nota: Datos de Bélgica, Bulgaria, Alemania, Italia, Países Bajos, Reino Unido y la EFTA de Noruega no están disponibles.

En cuanto a flotas aéreas comerciales vemos en la siguiente gráfica europea, que España se encuentra quinta posición por detrás de Reino Unido, Alemania, Francia e Irlanda. Actualmente Irlanda y Reino Unido quedarían fuera de la estadística debido al Brexit como mencionábamos anteriormente.

Gráfico 11. Flotas aéreas comerciales europeas



Fuente: EUROSTAT

Para finalizar es importante analizar los flujos de transporte dentro de los 28 estados miembros.

Tabla 3. Principales flujos de país a país en el transporte de mercancías por carretera UE-28.

Rank	Pair of countries		Total tonnes (million)	Hauliers of first country (%)	Hauliers second country (%)	All other hauliers (%)	Main other haulier
1	Germany	Netherlands	92.5	26.3	54.3	19.4	Poland
2	Germany	Poland	65.7	3.1	96.3	0.6	Lithuania
3	Belgium	France	57.1	42.0	25.8	32.2	Luxembourg
4	Belgium	Netherlands	56.2	22.9	66.8	10.3	Poland
5	Germany	France	48.7	34.0	15.4	50.6	Poland
6	Belgium	Germany	45.2	16.9	30.3	52.8	Poland
7	Spain	France	42.8	81.6	5.3	13.1	Romania
8	Austria	Germany	38.4	33.7	34.5	31.8	Hungary
9	Czechia	Germany	25.3	63.9	16.4	19.7	Poland
10	Germany	Italy	23.3	22.4	19.4	58.2	Poland
11	Spain	Portugal	20.7	46.5	52.4	1.1	Lithuania
12	France	Italy	19.5	22.3	33.3	44.5	Poland
13	France	Netherlands	16.8	9.2	49.8	41.0	Poland
14	Czechia	Poland	15.9	9.9	89.3	0.9	Lithuania
15	Germany	Denmark	13.4	57.5	7.9	34.7	Poland
16	Germany	Spain	12.4	5.1	58.1	36.8	Portugal
17	Czechia	Slovakia	11.7	45.8	51.4	2.9	Poland
18	Ireland	United Kingdom	10.8	47.0	51.7	1.3	Poland
19	Austria	Italy	10.6	35.6	8.7	55.7	Slovenia
20	Germany	Luxembourg	9.9	53.8	35.6	10.6	Poland

Fuente: EUROSTAT

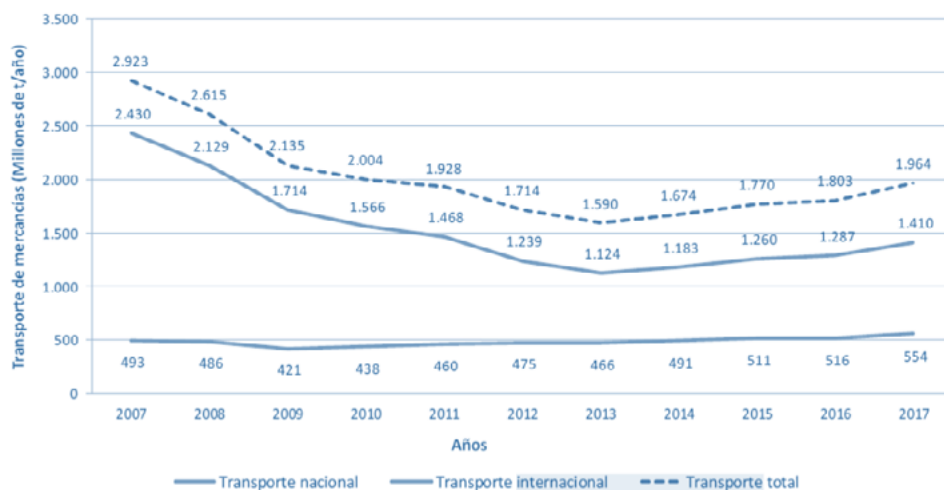
Alemania es uno de los países tanto de origen como de destino con mayor flujo de transporte de la UE. Esta estadística conviene analizarla sabiendo que el mayor flujo es con países muy cercanos como Dinamarca (57,5%) y Luxemburgo (53,9%).

Los transportistas compartidos entre otros países de la UE varían sustancialmente. Solo un 11% de los transportes por carretera se producen entre España y Portugal, con incluso menores porcentajes entre la República Checa y Polonia (0,9%).

En cuanto a las tendencias de evolución la dimensión internacional del transporte de mercancías adquiere más importancia en el análisis del transporte a medida que las cadenas logísticas de aprovisionamiento y distribución en el mundo se hacen más complejas y globales y requieren de sistemas de transporte cada vez más integrados y globales. En España, la importancia de la dimensión internacional se ve reforzada por la necesidad de corregir los desequilibrios macroeconómicos acumulados antes de la crisis a través de una mayor internacionalización de la economía. Este nuevo contexto se traduce en un mayor crecimiento del transporte internacional.

El crecimiento global experimentado por el transporte de mercancías en España en el año 2017 fue del +8,9, que representó un crecimiento superior al alcanzado durante el año 2016 (+1,8%). Atendiendo al ámbito del transporte, el transporte nacional presentó un crecimiento mayor (+9,6%) que el internacional (+7,4%).

Gráfico 12. Evolución del transporte de mercancías por ámbito (millones de toneladas).



Fuente: OTLE

El transporte de mercancías en el ámbito internacional creció globalmente un +7,4% en el año 2017, alcanzando 554 millones de toneladas, continuando así con la tendencia experimentada en los últimos años.

Todos los modos de transporte registraron crecimientos de tráfico en el ámbito internacional. El transporte marítimo fue el medio predominante y presentó un crecimiento del +8,0%. También hay que destacar los incrementos registrados por el ferrocarril (+31,2%) y el modo aéreo (+17,0%), mientras que la carretera creció un +3,9%.

4.1.3. Sector Hostelería y Turismo

A. DATOS MACROECONÓMICOS

El turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo y su evolución, en las últimas décadas, ha sido caracterizado por su continua expansión y diversificación. Nos centramos en el turismo internacional y sus principales variables: las llegadas e ingresos, tanto a nivel mundial, como a nivel de las cinco regiones mundiales y a nivel de los diez países más importantes en el ámbito del turismo internacional.

Durante el período comprendido entre los años 2012-2018, de acuerdo con los datos de la OMT, el turismo mundial ha experimentado altos niveles de expansión tanto en el flujo de pasajeros, como en la generación de ingresos por este concepto, llegando a ser para algunos países la principal fuente de divisas y para otros, una de las principales actividades que contribuyen a crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB).

En 2018 se registraron 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo, lo que supone un importante crecimiento del 6% sobre el año anterior. Esta cifra es muy superior al crecimiento de la economía mundial, que el año anterior fue del 3.7%. Las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2010 planteaban la posibilidad de que la cifra de 1.400 millones de llegadas se alcanzará en el año en curso; favorablemente, se ha alcanzado dos años antes, superando las expectativas.

Estos datos confirman el papel fundamental del turismo como motor de crecimiento y desarrollo económico a nivel mundial.

Estos crecimientos sostenidos del turismo se deben principalmente a:

- ▶ Crecimiento económico sólido en varios mercados
- ▶ Viajes más económicos
- ▶ Nuevas tecnologías
- ▶ Nuevos modelos de negocio
- ▶ Apertura de mercados – mayor facilidad para gestionar visados

Estos crecimientos refuerzan aún más la necesidad de desarrollar una industria turística más sostenible, que pueda hacer frente a estos nuevos flujos turísticos sin poner en peligro los recursos naturales y culturales o la calidad de vida de las comunidades anfitrionas.

Europa

La alta movilidad existente en Europa favorece enormemente el sector turístico interno continental. A continuación, presentamos una serie de datos obtenidos de la OMT, actualizados hasta el año 2018, tanto de Europa como del resto del mundo (los datos de 2019 se presentarán a lo largo de 2020, en función de la resolución de la crisis a la que actualmente nos estamos enfrentando).

- ▶ 713 millones de turistas internacionales.
- ▶ Crecimiento del 6%.
- ▶ Crecimiento liderado por la Europa meridional y mediterránea (con crecimiento del 7%), Europa central y oriental (+6%) y Europa occidental (+6%).
- ▶ Europa del Norte se mantuvo en los mismos números del año pasado.
- ▶ Debilidad de llegadas a Reino Unido.

Asia / Pacífico

- ▶ 343 millones de llegadas de turistas internacionales.
- ▶ Crecimiento del 6%.
- ▶ Lidera sudeste asiático (+7%), seguidas de noreste de Asia (+6%) y el sur de Asia (+5%).
- ▶ Oceanía con crecimiento moderado del 3%.

Américas

- ▶ 217 millones de llegadas internacionales.
- ▶ Crecimiento del 3%.
- ▶ Lidera América del Norte (+4%), seguido de América del Sur (+3%).
- ▶ América Central y Caribe tuvieron malos resultados con descenso de -2%. Esto se debe en parte, al impacto generado por los huracanes Irma y María.

África

- ▶ 67 millones de llegadas internacionales.
- ▶ Crecimiento del 7%.
- ▶ Lidera el crecimiento África del Norte (con +10%) que se va recuperando después de años de descensos por atentados e inestabilidad política.
- ▶ Le sigue África Subsahariana con +6%.

Oriente Medio

- ▶ 64 millones de llegadas de turistas internacionales.
- ▶ Crecimiento del +10% (el mayor de todo el mundo).

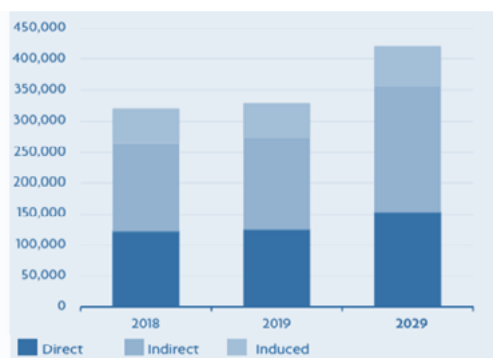
B. EMPLEO:

Para el análisis del impacto del sector turístico acudimos al informe anual sobre turismo de “World Travel and Tourism Council”, que posee los datos más actualizados a este respecto.

El sector de viajes y turismo ha generado 122.891.000 puestos de trabajo en el 2018, lo cual representa un 3,8% del empleo total global, y la previsión de futuro (previa a la crisis sanitaria Covid-19) era de un crecimiento del 2,2% en el año 2019. El total de la contribución al empleo, incluyendo los producidos por el efecto de la inversión y las cadenas de suministros derivadas del turismo, asciende a 318.811.000 puestos de trabajo, lo cual supone un 10% del empleo global. Estos datos confirman la fuerte implicación del sector con la creación de empleo a nivel global.

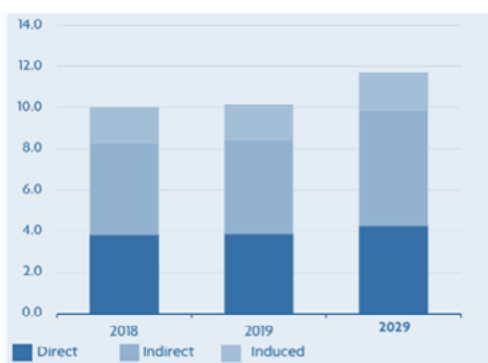
Según “World Travel and Tourism” las previsiones para el año 2029 son, en el caso de los empleos directos, de un crecimiento del 2,1% al año, llegando a los 154.060.000 empleos y de un 2,5% anual incluyendo los empleos indirectos, ascendiendo a los 420.659.000 empleos (suponiendo un 11,7% del total de empleos).

Gráfico 13. Contribución total del Turismo mundial al empleo (millones de puestos de trabajo).



Fuente: “World Travel and Tourism”

Gráfico 14. Contribución total del Turismo mundial al empleo (% del empleo en toda la economía).



Fuente: “World Travel and Tourism”

C. DATOS ESPECÍFICOS

Según datos de la OMT la contribución directa del sector al PIB mundial fue en 2018 un 3,2% del total. La previsión es que crezca en un 3,5% en el año 2029. Esto se refleja en la actividad económica generada por la industria del sector, como puedan ser los hoteles, las agencias de viajes, entre otros, pero también incluyen las actividades realizadas dentro de los restaurantes, o la industria del entretenimiento turístico.

Gráfico 15. Contribución directa del Turismo al PIB mundial (billones de dólares).



Fuente: World Travel and Tourism

Gráfico 16. Contribución directa del Turismo al PIB mundial (porcentaje para todo el PIB mundial).



Fuente: World Travel and Tourism

El dinero invertido por visitantes extranjeros es una pieza clave para entender la contribución del turismo. El turismo generó 2.643 billones de dólares y se espera que el crecimiento se dé un 3,8% anual hasta 2029.

Gráfico 17. Exportaciones por visitantes y llegadas de turistas internacionales (billones de dólares).



Fuente: "World Travel and Tourism"

Gráfico 18. Exportaciones por visitantes y llegadas de turistas internacionales (porcentaje de exportaciones de visitantes del total de exportaciones).



Fuente: "World Travel and Tourism"

Es importante señalar, como se ha planteado en la introducción del presente apartado que todas estas previsiones son previas a la crisis sanitaria que estamos viviendo, por lo que las proyecciones cambiarán en los próximos meses, puesto que todos los sectores que estamos estudiando se ven directamente afectados.

4.2. Contexto nacional.

4.2.1. Introducción Covid-19 a nivel nacional

Si bien como se ha argumentado a lo largo del presente estudio y que los diferentes escenarios más optimistas o negativos van a depender de las medidas que se adopten a nivel global, nacional y específicamente local, la realidad es que a medida que avanzan las semanas se van confirmando los escenarios de impacto más severo en los indicadores macroeconómicos, empresariales y de empleo de la crisis sanitaria.

Proyecciones a nivel macroeconómico

El Fondo Monetario Internacional (FMI) proyecta que la economía global se contraerá en el 2020 un 3% y que España lo hará un 8%. De igual modo, el Banco de España también ha actualizado sus previsiones, en las que ha estimado una caída del PIB para España del 6,8% en el escenario más optimista y del 9,5% en un escenario intermedio, y el Programa de Estabilidad 2020-2021 que el Gobierno acaba de presentar recoge una previsión de caída del PIB del 9,2% para este año.

Asimismo, a fecha de cierre de este informe se conocían los datos oficiales de caída del PIB nacional, el INE confirma los peores augurios, la economía española se hunde un 5,2%, la mayor caída en casi un siglo. El confinamiento causado por la pandemia paraliza la actividad y provoca un desplome del PIB entre enero y marzo sin precedentes en la historia reciente.

Nuevas perspectivas macroeconómicas para España

Tabla 4. Variación anual en %. (En 2019 la cifra es un avance y 2020 y 2021, previsiones).

	2019	2020	2021
Componentes del PIB			
Consumo de las Administraciones públicas	2,3	2,5	1,8
Consumo final nacional privado	1,1	-8,8	4,7
Contribuciones al crecimiento del PIB real			
Deflactor del PIB	1,6	-1,0	1,8
Demanda nacional final	1,4	-9,7	5,8
Exportaciones	2,6	-27,1	11,6
Formación bruta de Capital Fijo	1,8	-25,5	16,7
Importaciones	1,2	-31,0	9,3
PIB nominal	3,6	-10,1	8,7
PIB real	2,0	-9,2	6,8
Saldo exterior	0,5	0,5	1,0
Variación de las existencias	0,1	0,0	0,0
Variación de las existencias	0,1	0,0	0,0

Fuente: Ministerio de Hacienda. 1 abril 2020

4.2.2. Sector de Comercio

A. DATOS MACROECONÓMICOS

Para medir el PIB del comercio, tenemos en cuenta las exportaciones, las cuales crecieron un 1,54% en 2019. Las ventas al exterior representan el 23,94% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 84 de 191 países del ranking de exportaciones respecto al PIB.

Con una cifra de 297.983,3 millones de euros España ocupa un lugar relevante en el ranking de países por volumen de exportaciones, que tienen como destinos principales, Estados Unidos, Marruecos y China, que suponen el 14,71%, 9,10% y 7,29% del total de las exportaciones del país, respectivamente.

Ese año hubo déficit en la Balanza Comercial, ya que además de producirse un incremento de las importaciones, fueron mayores que las exportaciones. La tasa de cobertura (porcentaje de lo que se importa que puede pagarse con lo que se exporta) fue del 88,95%.

Si miramos la evolución de las exportaciones en España en el año 2019 se observa que se han incrementado respecto a 2018, como ya hemos visto, al igual que ocurre respecto a 2017 cuando fueron de 162.990 millones de euros, que suponía un 15,24% de su PIB.

Observando los datos del año 2017 en la Encuesta Anual de Comercio ofrecida por el INE podemos ver en la siguiente tabla el peso del comercio en España:

Tabla 5. Principales magnitudes según actividad principal (CNAE-2009 a 1, 2 y 3 dígitos) y tamaño (por personal ocupado)

PRINCIPALES MAGNITUDES SEGÚN ACTIVIDAD PRINCIPAL (CNAE-2009 A 1, 2 Y 3 DÍGITOS) Y TAMAÑO (POR PERSONAL OCUPADO)	
UNIDADES: EMPRESAS, MILES EUROS, PERSONAS	
G TOTAL SECTOR COMERCIO	
2017	
Número de empresas	
Total	762.388
Cifra de negocios	
Total	770.133.218
Valor de la producción	
Total	197.838.201
Valor añadido a coste de los factores	
Total	108.178.712
Excedente bruto de explotación	
Total	39.101.401
Total, de compras de bienes y servicios	
Total	678.242.223
Inversión en activos materiales	
Total	11.369.854

Gastos de personal	
Total	69.077.311
Personal ocupado	
Total	3.139.516
Personal remunerado	
Total	2.540.564

Fuente: Encuesta Anual de Comercio ofrecida por el INE

Comparando el peso del comercio de España con respecto a nuestros vecinos europeos, con los datos de los que disponemos, somos superiores a la media de la UE con 108.178.712 de valor añadido a coste de factores, lo que supone un 13% del VAB en nuestro país frente al 11,2% en Europa, y también superior al de las cuatro principales economías europeas (Alemania, Italia, Reino Unido y Francia)

Tabla 6. Sector comercio en Europa.

SECTOR COMERCIO EN EUROPA	
PESO DEL VAB TOTAL (2017)	
España	13
Italia	12
Unión Europea	11,2
Reino Unido	10,4
Francia	10,3
Alemania	10

Fuente: INE

La Encuesta Anual de Comercio (EAC) es homogénea con la base de datos de Eurostat denominada "Structural Business Statistics (SBS): trade". La información que proporciona este informe estadístico permite realizar comparaciones con otros países de la UE, siendo 2017 el último año disponible. Se pueden observar las principales diferencias entre las empresas del sector comercio en España y las de nuestro entorno.

El tamaño de las empresas españolas cuya actividad es el comercio es significativamente inferior a las del conjunto de la UE, siendo esa diferencia todavía más acusada si se compara con el grupo de la UE4 (Alemania, Francia, Italia y Reino Unido). En concreto, el promedio se sitúa en 4 personas ocupadas por empresa en el comercio español (igual que el sector servicios en su conjunto), con un porcentaje de autónomos que casi alcanza el 12%, frente a una media del 9,3% para la UE28 (países miembros) o 7,2% para el conjunto de países integrados en la UE4. Además, las empresas con menos de 10 trabajadores representan el 44,6% del total en España, frente al 29,1% de la UE4 y frente al 34,1% de la UE28. Estos resultados ofrecen una idea del elevado grado de atomización del sector comercio en nuestro país, un factor que también podría explicarse, parcialmente, por la importancia del turismo en la economía española y su efecto arrastre en el sector minorista.

Considerando la distribución del empleo según el tamaño de la empresa, se aprecia también una notable polarización en el comercio entre las empresas de menos de 10 trabajadores y las más grandes (250 o más ocupados), algo que es común con la UE4 y la UE28, si bien en el caso español es menos acusado. Así, cabe señalar que el porcentaje de empleo en las empresas de comercio que tienen más de 250 ocupados es en España del 25,3% sobre el total, mientras que en el conjunto de las 4 grandes economías europeas alcanza el 36,8% (incluso en estas economías tiene mayor representatividad que el comercio de menos de 10 empleados) y en la UE28 supera también el 30% de peso del total de los ocupados, estos datos vienen recogidos en la siguiente tabla.

Tabla 7. Ocupación empresarial europea.

AÑO 2017	COMERCIO			SERVICIOS
	ESPAÑA	UE4	UE28	ESPAÑA
NUMERO DE OCUPADOS POR EMPRESA	4,1	6,6	5,5	4,1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL EMPLEO				
Un ocupado	11,9	7,2	9,3	13,5
de 2 a 9 ocupados	32,7	21,9	24,8	26,4
de 10 a 19 ocupados	9,2	9,8	9,6	8,9
de 20 a 49 ocupados	10,3	10,7	10,9	10,4
de 50 a 249 ocupados	10,6	13,6	13,7	11,9
250 o más ocupados	25,3	36,8	31,6	28,9
PRODUCCIÓN POR EMPRESA (miles €)	259,5	608,7	364,9	
VOLUMEN DE NEGOCIO POR EMPRESA (miles €)	1.010,20	2.151,00	1.656,30	
Un ocupado	120,2	188,1	160,4	50,4
de 2 a 9 ocupados	495	786,2	688,6	178,8
de 10 a 19 ocupados	3.509,90	3.848,70	3.863,10	982,9
de 20 a 49 ocupados	9.430,40	11.058,60	11.081,20	2.430,70
de 50 a 249 ocupados	47.376,60	47.088,90	11.058,60	12.215,00
250 o más ocupados	375.019,80	539.575,70	444.612,00	103.870,1
GENERACIÓN DE VAB				
VAB por unidad de producción (%)	0,55	0,51	0,62	0,56
Peso de los gastos de personal en el VAB (%)	63,9	61,3	60,3	60,6
ESFUERZO INVERSOR (sobre EBE)	0,29	0,29	0,29	
ESFUERZO INVERSOR (sobre VAB)	0,11	0,11	0,12	0,15
PRODUCTIVIDAD (VAB/ por ocupado) (miles €/ocupado)	34,5	47,4	41,4	
Un ocupado	17,7	27,3	21	27,8
de 2 a 9 ocupados	24,7	36,8	29,6	23,2
de 10 a 19 ocupados	37,3	46,2	42,4	32,1
de 20 a 49 ocupados	42,1	50,3	47,3	35,3
de 50 a 249 ocupados	56,3	77,8	72,1	48,4
250 o más ocupados	42,3	51,9	47,1	49,2

Fuente: EAC-INE

Según la Contabilidad Nacional, el sector de comercio representa 13% del VAB total de la economía española y un 17,3% del sector servicios en 2018.

Respecto a su peso en la economía española, hay que destacar que no ha sufrido grandes cambios en las últimas dos décadas, teniendo, además, un comportamiento más positivo en los últimos años. Así, su peso apenas ha variado, con un rango comprendido entre el 11,6% y 13% entre los años 1996 y 2018. La menor contribución del sector a la economía se registró durante el periodo más expansivo de la economía española (2000-2009), cuando otros sectores cobraron un mayor protagonismo. A partir de ese ejercicio, su aportación al VAB total nacional ha sido creciente hasta alcanzar un máximo en 2017, que se mantiene en 2018. Por lo tanto, cabe resaltar que es un sector que ha tenido una contribución notable a la generación de riqueza de la economía española a lo largo de las últimas décadas y ha actuado como un sector tractor en el actual ciclo de recuperación.

Además, si se observa la evolución de su actividad en términos reales se puede ver que el comportamiento del sector comercio en su conjunto ha sido más dinámico que el del PIB o el consumo de los hogares (que tiene una elevada correlación con el comercio) en las dos etapas expansivas. Asimismo, si se analiza el periodo de doble recesión de la economía española comprendido entre 2009 y 2013, se deduce que su actividad descendió menos que la del conjunto de los sectores.

Es decir, es un sector dinamizador de la economía española en las etapas de bonanza y, a su vez, tiene un comportamiento menos contractivo en los periodos de recesión. Así, el crecimiento del VAB total del comercio ha sido de un 2,9% de media anual desde 1996 (ligeramente por encima del conjunto de servicios), frente al 2,2% del PIB (como vemos en la siguiente tabla).

Tabla 8. PIB PM. Índices de volumen encadenados (variaciones reales del PIB).

España por trimestres.

	VALOR ABSOLUTO						
	2019 TERCER TRIMESTRE	2019 SEGUNDO TRIMESTRE	2019 PRIMER TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE	2018 TERCER TRIMESTRE	2018 SEGUNDO TRIMESTRE	2018 PRIMER TRIMESTRE
España							
Producto interior bruto a precios de mercado	110,17	112,01	106,61	111,87	107,99	110,07	104,09

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Para determinar la importancia económica de un sector debemos tener en cuenta el papel que desempeña dentro del tejido productivo de la economía, es decir, cómo el sector comercio afecta al resto de los sectores. Para ello se realiza un análisis del efecto arrastre del sector, que como ya hemos señalado, concentra el 13% del VAB a precios básicos y el 17,1% del empleo, en España para el año 2018 (los datos más actualizados extraídos de la Contabilidad Nacional sobre Valor Añadido Bruto.).

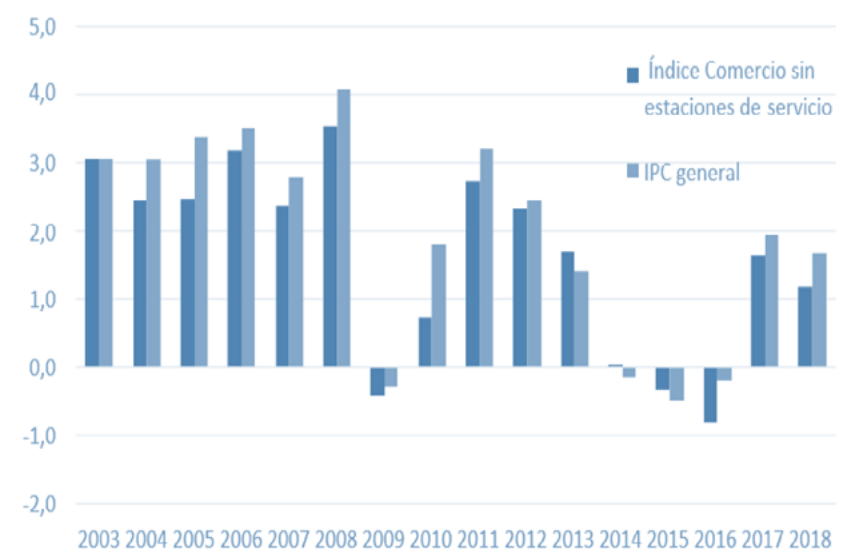
El comercio es un sector competitivo de la economía española, sobre todo, en el nuevo ciclo económico de recuperación que se inició entre los años 2013 y 2014, que en el momento actual se ha visto truncado por la crisis sanitaria.

Si se observa el periodo comprendido entre 2003 y 2018, se puede afirmar que la evolución de los precios del comercio dibuja una senda similar a la del IPC general, pero menos inflacionista, tanto en los periodos de expansión como de recesión.

De hecho, para este índice y el periodo 2003-2018, los precios del comercio minorista aumentaron un 1,6% de media anual, frente al 1,9% del IPC general, patrón que se repite en todos los ejercicios, excepto en el año 2013. Esta diferencia se mantiene para el periodo de recuperación que abarca desde 2014 a 2018, que además se ha caracterizado por unos bajos niveles de inflación. Así, los precios en el sector comercio aumentaron un 0,3% de media anual, frente al 0,6% de media anual del IPC.

Todos estos resultados permiten afirmar que es un sector que ha contribuido a mejorar la competitividad de la economía española.

Gráfico 19. Evolución del IPC y del índice de precios del comercio (tasa de crecimiento anual).



Fuente: INE

B. EMPLEO

Los últimos datos ofrecidos por la Encuesta de Población Activa (EPA) correspondientes al primer trimestre de 2020 situaban la población ocupada en el sector en 3.082, 5 millones de personas que supone casi el 16% de la población ocupada e España. Es importante tener en cuenta que la EPA de este trimestre no recoge el impacto del Covid-19. El estado de alarma afecta a las dos últimas de las trece semanas en las que se realizan las encuestas de la EPA. Por este motivo, el efecto del Covid-19 queda diluido y apenas se observa en los datos mostrados en el Observatorio Laboral.

Tabla 9. Resultados nacionales: Ocupados por sexo y rama de actividad. Valores absolutos y porcentajes respecto del total de cada sexo. Unidades: Miles Personas.

	AMBOS SEXOS					
	VALOR ABSOLUTO			PORCENTAJE		
	2020T1	2019T4	2019T3	2020T1	2019T4	2019T3
G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	3.082,5	3.140,1	3.076,5	15,7	15,7	15,5
45 venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	332,6	347,3	332,2	1,7	1,7	1,7
46 comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	792,7	831,5	800,1	4,0	4,2	4,0
47 comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	1.957,2	1.961,3	1.944,2	9,9	9,8	9,8

Fuente: INE

En el sector comercio hay 3,2 millones de afiliados a la Seguridad Social, que suponen el 17,1% del total. Las Comunidades Autónomas con mayor número de afiliados en el comercio son Cataluña, Andalucía (cada una con más de 500.000 afiliados) y la Comunidad de Madrid (con casi 500.000 afiliados). De hecho, estas tres regiones suman el 50,1% de los afiliados en el comercio en el conjunto de las comunidades autónomas (Cataluña 18,5%, Andalucía 16,1% y Comunidad de Madrid 15,5%, como vemos en la siguiente tabla).

Tabla 10. Afiliados a la Seguridad Social en el Comercio.

AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL EN EL COMERCIO				
RÉGIMEN GENERAL Y RÉGIMEN AUTÓNOMOS				
	2009	2013	2018	
	N.º DE PERSONAS	Nº DE PERSONAS	Nº DE PERSONAS	%
Andalucía	484.155	455.923	515.426	16,1
Aragón	85.881	81.021	86.526	2,7
Asturias	67.437	61.762	64.266	2
Illes Balears	73.098	70.540	82.397	2,6
Canarias	143.201	136.526	157.977	4,9
Cantabria	35.384	33.442	35.452	1,1
Castilla y León	144.987	136.050	141.114	4,4
Castilla - La Mancha	110.571	102.435	110.304	3,4
Cataluña	572.626	537.188	594.351	18,5

Com. Valenciana	350.546	326.961	374.420	11,7
Extremadura	58.245	56.007	59.321	1,8
Galicia	183.029	170.282	177.564	5,5
Com. de Madrid	484.096	449.537	497.442	15,5
Región de Murcia	101.910	94.778	106.333	3,3
Navarra	36.258	34.251	36.842	1,1
País Vasco	140.132	132.534	138.383	4,3
La Rioja	18.881	17.859	19.319	0,6
Ceuta	4.005	4.140	4.574	0,1
Melilla	4.023	4.367	5.142	0,2
TOTAL	3.098.465	2.905.605	3.207.152	100

Fuente: INE

En cuanto a la evolución en los últimos años, cabe destacar que, durante la crisis de la economía española, entre 2009 (primer año con datos disponibles) y 2013, todas las CC.AA., a excepción de Ceuta y Melilla, registraron una caída de la afiliación a la Seguridad Social en el comercio, con tasas de descenso situadas en un intervalo entre el -3,5% de las Islas Baleares y el -8,4% de Asturias, pero con gran parte de las CC.AA. con tasas alrededor del -5%. En cambio, la recuperación posterior, a partir de 2014, se ha traducido en un incremento del número de afiliados en el comercio en todas las CC.AA., aunque con cierta divergencia entre los ritmos de crecimiento de cada región. Así, los aumentos entre 2013 y 2018 varían entre las cifras inferiores al 5% en Asturias, Castilla y León, Galicia y País Vasco, y los incrementos superiores al 15% en Illes Balears, Canarias y Melilla. Sin embargo, todas las regiones, a excepción de Asturias, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y País Vasco, muestran en 2018 niveles de afiliación a la Seguridad Social en el sector comercio superiores a los registrados en 2009.

C. DATOS ESPECÍFICOS:

En primer lugar, es importante observar la evolución de la percepción de la actividad exportadora y de los factores que inciden en el aumento o disminución de esta. A través de la siguiente tabla, observamos los factores de evolución:

Tabla 11. Percepción sobre los factores que influyen en la actividad exportadora.

PERCEPCIÓN SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD EXPORTADORA	% POSITIVO	% NEGATIVO	% NO AFECTA	% NS/NC
Evolución de la demanda exterior	31,8	33,4	24,3	5,5
Competencia internacional de precios	8,8	56,1	30,9	4,1
Competencia internacional de calidad	22,7	20,6	52,9	3,8
Tipo de cambio	10,9	24,5	56	8,7
Precios del petróleo	7,2	41,6	42,4	8,8
Precios de Materias primas	14,7	48	30,6	6,8
Disponibilidad de financiación externa	11	11,4	66,9	10,7
Recursos Humanos	18,6	11,3	65,4	4,7

Fuente: INE

Como se observa en la tabla los factores que más influyen en la actividad exportadora del territorio español son los precios: la competencia internacional en precios afecta un 56,1% negativamente, junto con los precios de las materias primas que afectan negativamente en un 48%; todo ello unido a la evolución de la demanda que afecta en un 38,4% negativamente también.

En la siguiente tabla se observan los destinos a los que las empresas españolas declaran que realizan exportaciones regulares.

Tabla 12. Destino de las exportaciones españolas.

ZONAS DE DESTINO DE EXPORTACIÓN	DESTINOS REGULARES DE EXPORTACIÓN	EVOLUCIÓN PERCIBIDA EN EL TRIMESTRE ACTUAL 2017			EVOLUCIÓN PERCIBIDA EN EL PRÓXIMO TRIMESTRE 2018		
		% ALZAS	% ESTABLES	% BAJAS	% ALZAS	% ESTABLES	% BAJAS
Países de la UE	95,9	19,9	57,5	22,2	22,4	59,7	16,7
Zona Euro	95,1	22,4	53,5	24	24,4	58,4	16
Resto de países miembros	70,9	17,8	58,8	22,8	18,8	61,8	18
Resto de Europa	49,1	17,9	59,8	21,4	20,2	60,2	17,7
Norteamérica	42,4	21,1	54	24	23,2	57	18,8
Latinoamérica	50,3	20,3	52,1	27,6	20,8	59,4	19,2
Asia	50,1	19,7	55,6	23,3	19,6	60	18,8
China	30,8	19,5	51,3	27,6	22,5	55,2	20,9
Resto de Asia	40,9	21	55,4	22,5	21,9	60,1	16,8
África	44,7	23,4	51,2	24,8	22,8	57	18,9
Oceanía	19,4	20,9	58,9	19,6	21,6	62,5	14,8

Fuente: INE

Como vemos, la mayor parte de las exportaciones se realizan dentro de la zona europea (países de la Unión Europea 95,9%; Zona Euro 95,1%); sin embargo, no debemos obviar las exportaciones a la zona de Norteamérica, con un 42,4% y Latinoamérica con un 50,3% o Asia con un 50,3%. La conclusión es que, si bien la variedad de países a los que se exporta es muy amplia, la mayor parte de las exportaciones se realiza a nivel europeo comunitario, como es de esperar con las leyes de libre comercio y movimiento de mercancías de que disponemos al ser un país miembro de la UE.

Los datos más actualizados en cuanto a millones de euros en exportaciones e importaciones son del año 2018 (datos definitivos), y 2019.

Tabla 13. Exportaciones e importaciones (millones de euros).

		Exportaciones			Importaciones			Saldo		Tasa Cobert. (%)
		Mill. €	tva (%)		Mill. €	tva (%)		Mill. €	tva (%)	
			Nom.	Real		Nom.	Real			
Anual	2017	276.143	7,7	7,0	302.431	10,5	5,5	-26.288	-51,2	91,3
	2018	285.261	3,3	0,3	319.647	5,7	1,2	-34.387	-30,8	89,2
Últimos 12 meses		288.689	1,0	0,4	321.822	1,1	0,3	-33.133	-1,5	89,7
Trim.	18. IV	72.861	1,8	-1,2	82.514	6,1	0,3	-9.653	-56,1	88,3
	19. I	71.013	0,0	1,7	80.477	3,2	1,4	9.464	36,5	88,2
	19. II	76.394	3,4	3,0	81.642	0,1	-1,0	-5.248	31,4	93,6
	19. III	68.192	1,4	1,5	78.926	2,7	5,5	-10.734	-11,8	86,4
Mens	19. Sep	23.469	5,8	6,8	27.731	8,9	12,5	-4.263	-29,3	84,6
	19. Oct	26.861	1,7	1,1	29.438	-2,7	-1,0	-2.577	32,8	91,2
	19. Nov	25.061	-0,9	-0,3	26.925	-3,3	-1,2	-1.864	27,5	93,1
2019. Ene-Nov		267.522	1,4	0,8	297.408	1,0	1,3	-29.886	2,3	90,0

Datos provisionales, excepto datos anuales de 2017 y 2018 (definitivos)

NOTA: las tasas de variación anual de los datos provisionales se calculan respecto de los datos provisionales del mismo periodo del año anterior

Fuente: M^o de Industria, Comercio y Turismo con datos del Dpto. de Aduanas e IIEE y del M^o de Economía y Empresa.

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo con datos del Dpto. de Aduanas e Impuestos Especiales y del Ministerio de Economía y Empresa.

Nota: las tasas de variación anual de los datos provisionales se calculan respecto de los datos provisionales del mismo periodo del año anterior.

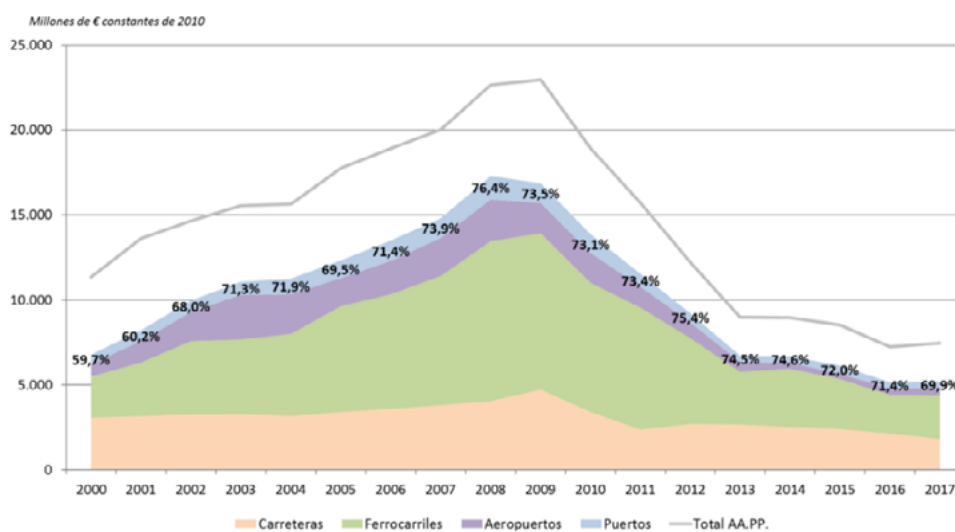
Se observa un decrecimiento tanto en las exportaciones como en las importaciones entre los años 2017 y la contabilizada en el año 2019 pasando de 276.000 millones de euros en exportaciones en 2017 y 287.000 millones en 2019; así como 302.000 millones en importaciones en 2017 y 297.000 millones en 2019. Si bien el decrecimiento no es especialmente significativo, sobre todo porque no es constante (hubo una subida en el 2018, para posteriormente decrecer en 2019); pero teniendo en cuenta los efectos de la crisis sanitaria a la que nos enfrentamos, es muy probable que el año 2019 presente un decrecimiento superior.

4.2.3. Sector de Transporte y Almacenamiento

A. DATOS MACROECONÓMICOS

En lo que se refiere a la inversión pública en infraestructuras de transporte, según datos del Observatorio del Transporte y la Logística en España, la principal institución inversora es el Ministerio de Fomento, que dedicó 5246 millones de euros, en el año 2017, cifra muy similar a la del año 2018. Las Comunidades Autónomas elevaron su inversión ejecutada hasta los 1.437 millones, un +10,3% en euros constantes respecto al año anterior. No obstante, como se aprecia en el siguiente gráfico, estos niveles de inversión están lejos de los de la década pasada. En 2017, el conjunto de las administraciones públicas destinó un total de 7.484 millones a inversión ejecutada, un 3,0% más que el año pasado, pero que solo representa un 32,4% de lo que se invirtió en 2009, máximo histórico de la serie.

Gráfico 20. Inversión en infraestructuras de transporte realizadas por el Ministerio de Fomento (y entes asociados) y por el total de las administraciones públicas (millones de euros constantes).



Fuente: OTLE

Un año más es el transporte ferroviario el que atrae un mayor volumen de inversión, siendo en 2017 el destino del 50% de la inversión ejecutada del Ministerio de Fomento, seguido por la inversión en carreteras. No obstante, el ferrocarril también es, en valores absolutos, el modo de transporte que más afectado se ha visto por el descenso en la inversión ejecutada, como se puede apreciar en el gráfico.

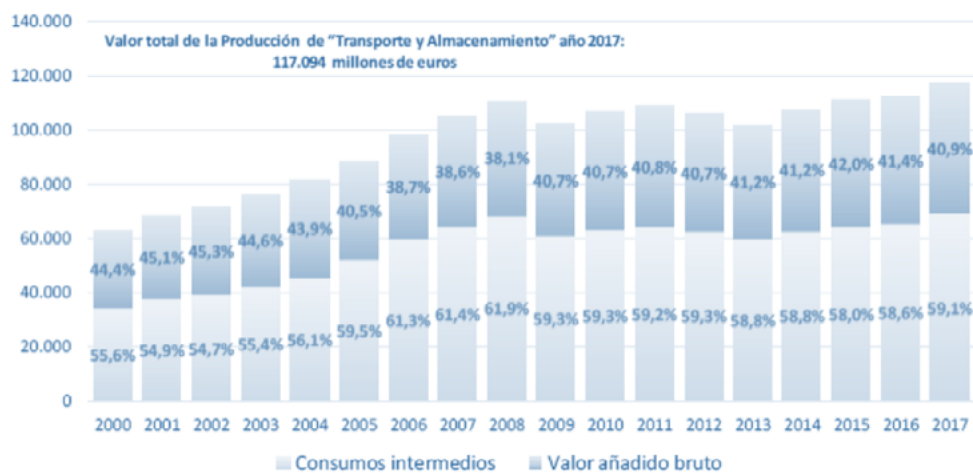
Sin embargo, si se considera el total de las inversiones procedentes del sector público, la distribución de los recursos cambia. La carretera, al ser una competencia más repartida entre las distintas administraciones, atrae una mayor inversión en el cómputo global, siendo el principal destino de recursos. En 2017 se invirtieron 3.443 millones en carreteras, un 47,4% de la inversión ejecutada total frente al 39,9% de los ferrocarriles.

Con esta inversión, la formación bruta de capital fijo del sector público por unidad de PIB en España, según datos del Observatorio del Transporte y la Logística en España (OTLE), continúa estando por debajo de la media europea, siendo de un 1,97% frente al 2,67% respectivamente. Esta tendencia lleva ocurriendo desde hace seis años, contrastando con la etapa anterior de crisis económica, durante la cual la inversión estatal hacia el sector ha sido mayor al de la media europea.

Sumando el sector público y el privado, la formación bruta de capital fijo lleva 5 años creciendo. Según la contabilidad nacional del INE la inversión fue de 25.604 millones de euros en equipos de transporte.

En el siguiente gráfico podemos observar la evolución de la producción del sector. Esta evolución se descompone en consumos medios e intermedios con respecto al VAB; observándose que el peso relativo del VAB en el periodo inmediatamente anterior a la crisis desciende, para después invertirse la tendencia y estabilizarse en torno al 41%.

Gráfico 21. Producción de “Transporte y Almacenamiento” (millones de euros corrientes). 2000-2017.



Fuente: OTLE

Hay que destacar los subsectores de transporte terrestre y por tubería, así como el de almacenamiento y sus actividades anexas, puesto que acumularon el 82,3% de la producción del sector, suponiendo el 85,6% del VAB.

B. EMPLEO:

El empleo en el sector “Transporte y Almacenamiento” alcanzó más de un millón ocupados en el primer trimestre de 2020, lo que supone el 5,2 % de la población ocupada total.

Tabla 14. Ocupación sector transporte.

	AMBOS SEXOS			
	VALOR ABSOLUTO (MILES)		PORCENTAJE	
	2020T1	2019T4	2020T1	2019T4
H Transporte y almacenamiento	1.019,1	1.050,8	5,2	5,3
49 transporte terrestre y por tubería	611,7	620,8	3,1	3,1
50 transporte marítimo y por vías navegables interiores	20,2	19,8	0,1	0,1
51 transporte aéreo	51,2	54,8	0,3	0,3
52 almacenamiento y actividades anexas al transporte	236,2	236,8	1,2	1,2
53 actividades postales y de correos	99,8	118,7	0,5	0,6

Fuente: INE: EPA primer trimestre 2020

Si observamos la evolución del empleo en el sector en los últimos años se puede apreciar el intenso proceso de recuperación del empleo en el sector desde la crisis del año 2008.

Tabla 15. Ocupados en el sector “Transporte y Almacenamiento” y el subsector “Ingeniería Civil” (miles de personas).

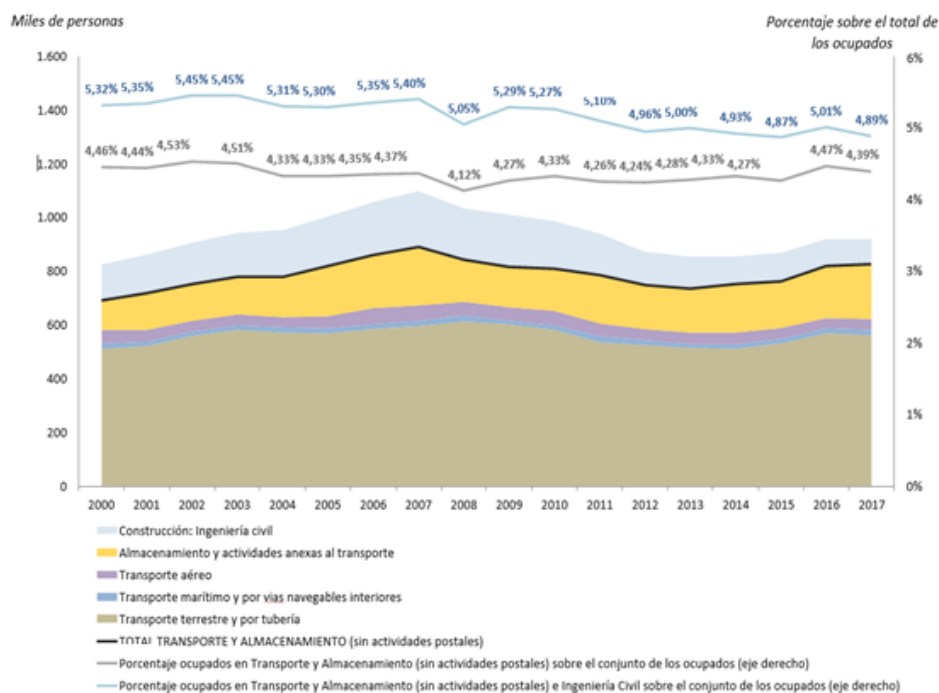
OCUPADOS EN EL SECTOR “TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO” Y EL SUBSECTOR “INGENIERÍA CIVIL” (MILES DE PERSONAS). 2016 Y 2017	2016	2017	2017/2016	2017/2008
Transporte terrestre y por tubería	566,8	561,2	-1,0%	-8,5%
Transporte marítimo y por vías navegables interiores	22,4	19,9	-11,2%	-6,1%
Transporte aéreo	38,0	42,0	10,5%	-21,2%
Almacenamiento y actividades anexas al transporte	193,5	204,1	5,5%	30,8%
Actividades postales y de correos	111,3	109,4	-1,7%	-12,5%
TOTAL, TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO (sin actividades postales)	820,7	827,2	0,8%	-2,0%
TOTAL, TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	932,1	936,6	0,5%	-3,3%
Construcción: Ingeniería civil	99,1	93,2	-6,0%	-50,9%
TOTAL, TRANSPORTE (sin actividades postales) e INGENIERÍA CIVIL	919,8	920,4	0,1%	-11,0%
TOTAL, ECONOMÍA ESPAÑOLA	18.341,5	18.824,8	2,6%	-8,0%

Fuente: INE

Aunque la creación de empleo en el sector del transporte ciertamente se ha ralentizado, los datos son semejantes a los registrados en 2008, cuando comenzó el periodo de descenso del empleo que se prolongó hasta 2013 (un 3,3% inferior, 2,0% sin tener en cuenta el subsector postal). El único subsector que ha aumentado su población ocupada es el del almacenamiento y actividades anexas, que destaca con un aumento del 30,8% respecto a 2008. El sector de la ingeniería civil, en contraste, sigue la tendencia que se inició en 2008, reduciéndose desde entonces la población ocupada en este sector a la mitad (-50,9%). Esto hace que la población ocupada conjunta de los sectores del transporte y la ingeniería civil siga siendo un 11% menor respecto a 2008. El subsector del transporte terrestre y por tubería, en el que se incluye el transporte de viajeros y mercancías por carretera, supone el mayor porcentaje de ocupados dentro del transporte y el almacenamiento, con un 59,9% del total del sector. Dicho valor ha descendido desde 2008, cuando representaba un 63,3%, mientras que el subsector del almacenamiento y actividades anexas se ha comportado de forma inversa, aumentando su cuota del 16,1% al 21,8%.

El siguiente gráfico muestra la evolución de la población ocupada en los mencionados subsectores y su evolución en el tiempo. Además, se incluye el porcentaje de dicha población respecto al total de la economía. Puede observarse que este porcentaje ha permanecido prácticamente constante en el sector del transporte, mientras que, al incorporar el sector de la ingeniería civil, se aprecia un ligero descenso.

Gráfico 22. Evolución de la población ocupada por subsectores.



Fuente: OTLE

A pesar de estos datos, hay que resaltar que el esfuerzo del sector es notable, puesto que, según datos del INE en su Encuesta de Población Activa, el 54,1 % de las empresas del sector aumentó su plantilla, representando un punto porcentual por encima de la media española, siendo más de un millón de personas las que trabajan en el sector, lo que representa un 5% del empleo total.

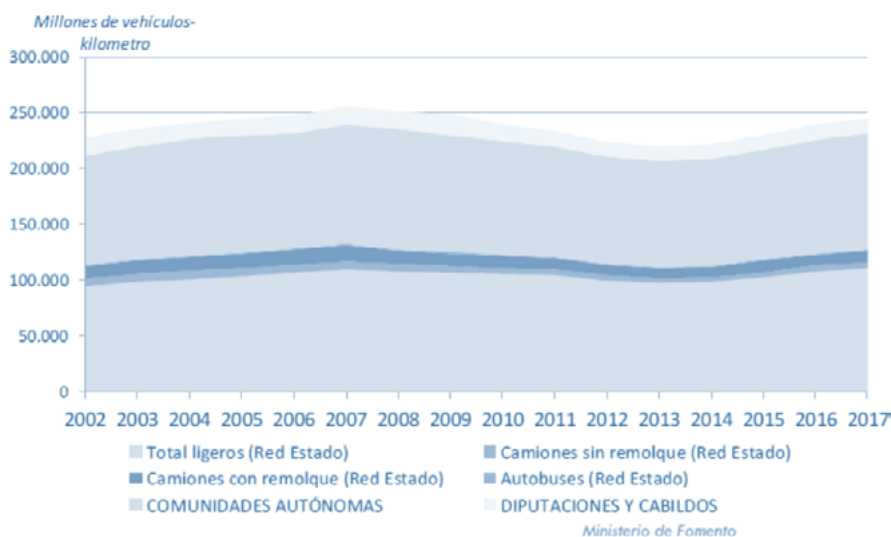
C. DATOS ESPECÍFICOS

Tráfico y transporte interior por carretera:

El tráfico por carretera se vio incrementado a partir de 2017 en un 2,2%, aunque a niveles inferiores experimentados en los años 2015 y 2016, en los que el crecimiento fue de un 3,7%.

Tal como vemos en la siguiente gráfica, el decrecimiento producido entre los años 2008-2013, se revirtió a partir del año 2014 con un incremento del 10,6%.

Gráfico 23. Evolución del tráfico en las carreteras españolas por titularidad de la red. 2002-2017.



Fuente: Ministerio de fomento

Respecto al tipo de vía, el 61,3% del tráfico registrado según datos de la OTLE fue por carretera de gran capacidad, tanto de libre paso como de peaje, siendo la única vía que redujo su tráfico la de peaje (tras cuatro años consecutivos de crecimiento -15.8%).

Transporte internacional de viajeros y mercancías:

Los observatorios transfronterizos que elabora el Ministerio de Fomento en colaboración con las autoridades competentes de Francia y Portugal son las fuentes sobre las que nos basamos, en el año 2016 se desplazaron 159,1 millones de viajeros atravesando dichas fronteras con los Pirineos y Portugal, representando una ligera contracción respecto al año anterior (0.4%).

Respecto al transporte de mercancías, el año 2017 se vio incrementada por cuarto año consecutivo, especialmente en el ámbito interior, al transportar 1.335 millones de toneladas (+9.9%) y 106 millones de toneladas en el ámbito internacional, experimentando un leve incremento (+18% acumulado desde 2014), según datos de la Encuesta permanente de transporte de mercancías por carretera (EPTMC) y Eurostat.

Tabla 16. Transporte de mercancías por carretera (toneladas y toneladas-kilómetro) por ámbito. 2016-2017.

Ámbito	Miles de toneladas			Millones de toneladas-kilómetro		
	2016	2017	Var. 2017-16	2016	2017	Var. 2017-16
NACIONAL	1.215.353	1.335.365	9,9%	146.196	156.359	7,0%
INTERNACIONAL	101.966	105.989	3,9%	113.695	117.192	3,1%
TOTAL	1.317.319	1.441.354	9,4%	259.891	273.551	5,3%

Fuente: EPTMC y Eurostat

Transporte ferroviario:

El transporte ferroviario tuvo en el año 2018 un volumen total de 602 millones viajeros, experimentando un crecimiento del 4,1% respecto al año anterior. El subsector de mayor crecimiento fue en el de las Cercanías donde se produjo un incremento de un 3,6%, hasta llegar 9.380 millones de viajeros/km.

En cuanto al transporte de mercancías por medio del transporte ferroviario, según datos del OTLE, el volumen creció notablemente en el año 2018, alcanzando un +6%, hasta los 28 millones de toneladas, aunque sigue por debajo de los volúmenes de una década anterior.

Transporte aéreo:

Según datos publicados por el Observatorio del Transporte y la Logística en España, el año 2017 fue el año en el que consolidó la tendencia positiva iniciada en 2015, donde el transporte internacional siguió afianzándose como el principal eje de este modo de transporte.

El número de vuelos se incrementó en un 6,3%, acercándose a los máximos históricos, registrados anteriormente en el año 2007. El número de asientos aumentó en un 6,6%, siguiendo la tendencia que se lleva produciendo durante este siglo.

Respecto al transporte de viajeros, éste experimentó un crecimiento del 8,3%, donde los vuelos con origen y destino, fuera del territorio de la UE, continúan creciendo, situándose en el año 2017 como los vuelos más frecuentes en los aeropuertos españoles.

En cuanto al transporte de mercancías, continúa su crecimiento, con 1,6%, del mismo modo que sucede con el transporte de pasajeros, los vuelos con destino y origen fuera de la UE refuerzan su crecimiento.

Transporte marítimo:

Los puertos españoles atendieron una demanda creciente en todos los ámbitos (pasajeros y mercancías). Se llegó, según datos de la OTLE, a 26,2 millones de viajeros, lo que supone un crecimiento del 5,9%, principalmente por la buena evolución de la actividad de los cruceros turísticos.

En cuanto al transporte marítimo de mercancías, continúa dando buenos resultados. La carga intercambiada en puertos españoles con el exterior en el año 2017 creció un 8%, lo que, dado su peso en el cómputo global, hizo que este segmento tuviera un crecimiento del 5,9%.

Debemos poner en valor los últimos datos sobre transporte de personas ofrecidos por el INE, en función de vías de acceso.

Tabla 17. Llegada de turistas internacionales según vía de acceso - febrero 2020.

	Valor
Total	4.423.576
Transporte aéreo	3.703.657
Carretera	648.951
Transporte por ferrocarril	18.047
Transporte marítimo	52.921

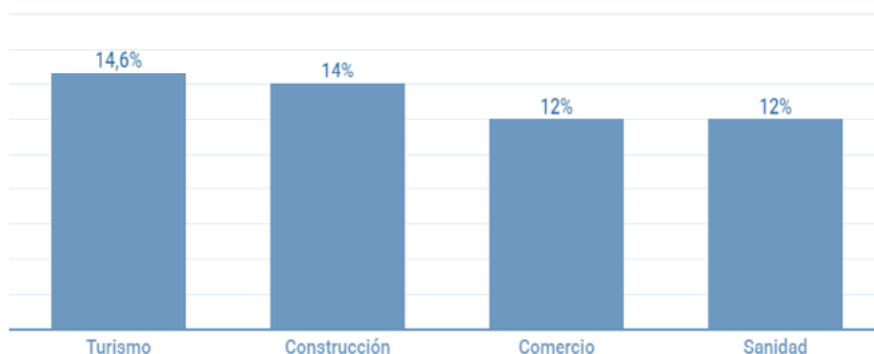
Fuente: INE

4.2.4. Sector Hostelería y Turismo:

A. DATOS MACROECONÓMICOS

El sector turístico en España se ha convertido en el que más riqueza aporta a la economía española, con un total de 176.000 millones de euros anuales, que representan el 14,6% del PIB nacional además de 2,8 millones de empleos, según el informe elaborado por la asociación empresarial “World Travel & Tourism Council”.

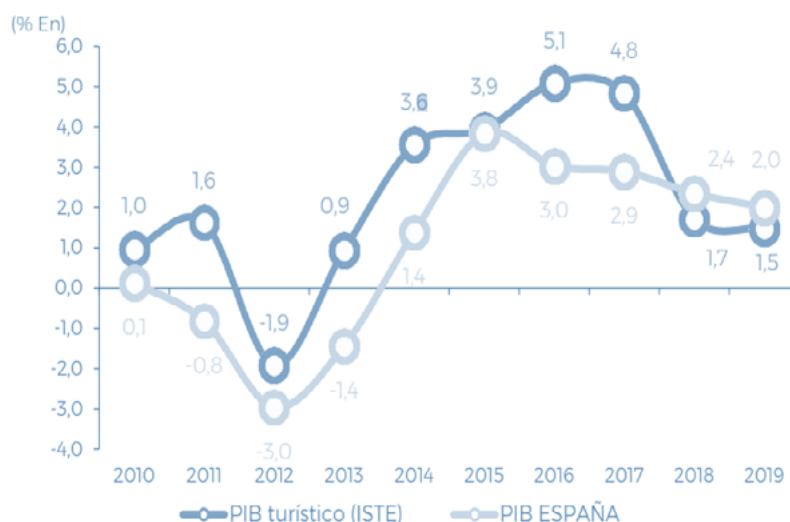
Gráfico 24. Porcentaje de contribución del Turismo, Construcción, Comercio y Sanidad al PIB de la economía española.



Fuente: World Travel & Tourism Council.

El desempeño del turismo en el segundo trimestre de 2019 se ha mantenido positivo a pesar de haberse desacelerado, con un aumento del PIB turístico del 1,5%, por debajo del crecimiento registrado en el primer trimestre con un 2,3%.

Gráfico 25. Crecimiento anual del PIB turístico (ISTE) comparado con el PIB general de la economía española 2010-2019 (tasa de variación interanual).



Fuente: Exceltur, INE y Banco de España.

El año 2019 se cierra con un crecimiento turístico de 0,5 puntos porcentuales, por debajo del crecimiento de la economía española, suponiendo un crecimiento de +1,5% en el caso del sector turismo frente a un 2% del PIB total de la economía española.

El balance final es algo más positivo que el que se preveía en septiembre (+1,4%) por el mejor desempeño del sector en el cuarto trimestre. Estos datos contrastan con el dato de que 2019 es el año que mayor volumen de actividad turística ha producido en la historia del país (153.000 millones de euros).

Es necesaria una mayor dinamización del sector mediante una nueva hoja de ruta y política turística estatal para fortalecer la capacidad inversora en mejoras de las ofertas y para aprovechar mejor la digitalización del sector, afrontando los retos ambientales del momento actual.

En cuanto al volumen de ventas se aprecia un patrón de conducta que impulsa el mayor impacto económico del turismo extranjero en España. Suben los ingresos en un 3,3% al mejorar el gasto medio diario en un 6,1% (110 euros diarios), si bien se reduce el número de pernoctaciones en un 2,6%.

El impacto económico del turismo extranjero, como decíamos anteriormente, crece por los mayores ingresos que revierten en España, según datos de la Balanza de Pagos del Banco de España, suben un 3,3% hasta noviembre. Este hecho consolida la tendencia iniciada ya en el año 2018, que apunta un crecimiento favorable y más sostenible.

Gráfico 26. Principales indicadores del turismo extranjero en España 2014-2019 (tasa de variación trimestral interanual).



Fuente: INE

Por otro lado, conviene reseñar la caída de la demanda turística de los principales países europeos, con especial atención a Alemania (6.5% en pernoctaciones y 2.2% en gasto) y los países nórdicos (8.3% en pernoctaciones y 4.2% en gasto). Según los datos ofrecidos por el último informe sobre perspectivas turísticas de EXCELTUR, vemos que la causa es el efecto de la recuperación de la competencia de otras zonas de sol y playa, como pueda ser Turquía, que creció en un 13,3%, lo que representa 1,2 millones de turistas.

B. EMPLEO:

A continuación, se presenta los datos de evolución del empleo del sector en el último trimestre de 2019 y primer trimestre de 2020.

Tabla 18. Resultados nacionales: Ocupados por sexo y rama de actividad. Valores absolutos y porcentajes respecto del total de cada sexo Sector hostelería y Turismo. Unidades: Miles Personas, Porcentaje.

	AMBOS SEXOS			
	VALOR ABSOLUTO		PORCENTAJE	
	2020T1	2019T4	2020T1	2019T4
Total	19.681,3	19.966,9	100,0	100,0
I Hostelería	1.578,1	1.692,9	8,0	8,5
55 servicios de alojamiento	352,5	383,9	1,8	1,9
56 servicios de comidas y bebidas	1.225,6	1.309,0	6,2	6,6

	AMBOS SEXOS			
	VALOR ABSOLUTO		PORCENTAJE	
	2020T1	2019T4	2020T1	2019T4
79 actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	65,8	71,7	0,3	0,4
R Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	402,0	413,6	2,0	2,1
90 actividades de creación, artísticas y espectáculos	78,6	77,9	0,4	0,4
92 actividades de juegos de azar y apuestas	72,0	65,4	0,4	0,3
93 actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	213,1	229,2	1,1	1,1

Fuente: INE

Pese al decrecimiento del sector, en 2019 se ha vuelto a demostrar la capacidad de generación de empleo turístico, creciendo el número de afiliados a la seguridad social un 3,5% hasta diciembre, 64.851 personas más que en 2018.

Este crecimiento en la empleabilidad del sector demuestra ampliamente la apuesta de los empresarios de este sector, sin embargo, a su vez refleja también un descenso en la productividad, por el notable esfuerzo empresarial en las subidas de los convenios y el impacto del alza del Salario Mínimo Interprofesional, lo cual será difícil de sostener a medio plazo

Gráfico 27. Creación de empleo por subsectores de la cadena de valor turística diciembre 2019 vs diciembre 2018 (diferencia en el número de afiliados y tasa de variación interanual en porcentaje).



Fuente: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social

Los factores que explican estos buenos datos de empleabilidad, según el informe IMPACTUR que publica EXCELTUR para disponer de un sistema de medición de la relevancia del turismo y sus efectos multiplicadores a escala regional en España, son:

- ▶ El esfuerzo inversor del sector en nueva oferta de alojamiento, ocio y restauración, en especial dentro de los destinos urbanos que demandan más empleo.
- ▶ La reinversión en el reposicionamiento de una oferta con mucho valor añadido que conllevan el crecimiento del empleo.
- ▶ La caída de la estancia media supone una mayor rotación en la demanda, lo cual implica una necesidad de más empleados.

El sector turístico ha contado en el cuarto trimestre de 2019 con 3.046.302 trabajadores en activo, lo cual representa un 3,8% más que en el mismo periodo del 2018. En este trimestre el 23,3% del total de ocupados adicionales ha sido fruto de actividades vinculadas al turismo, según los datos ofrecidos por el INE en su EPA.

En cuanto al número de parados dentro del sector, las actividades turísticas representaron un 12,1% del paro, cifra superior a la del mismo trimestre del año anterior (2018). Sin embargo, el número de asalariados han aumentado en un 5,5% en el mismo trimestre, y el número de autónomos ha disminuido representando el 17,5%.

Gráfico 28. Ocupados en turismo, según sean por cuenta propia o ajena (cuarto trimestre de 2019).



Fuente: INE

Por último, es interesante analizar el empleo turístico por Comunidades Autónomas, destacando por su número de ocupados, La Rioja (21,8%), Asturias (12,7%) y Andalucía (11,7%).

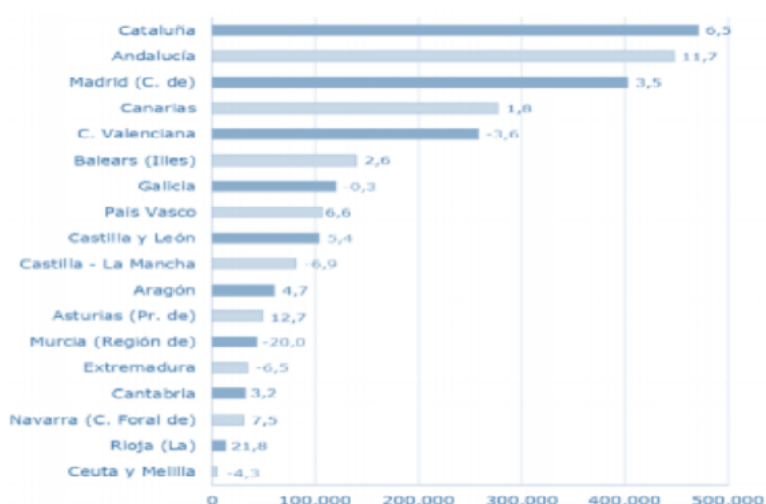
Tabla 19. Empleo turístico por CC.AA.

COMUNIDADES AUTÓNOMAS: EMPLEO EN TURISMO	Datos absolutos			Ocupados
	Ocupados	Asalariados	Autónomos	
Andalucía	447.665	359.936	87.729	16,7%
Aragón	60.384	43.967	16.417	2,3%
Asturias	49.280	36.300	12.980	1,8%
Baleares	140.206	122.030	18.175	5,2%
Canarias	277.282	244.192	33.090	10,4%
Cantabria	32.541	25.902	6.638	1,2%
Castilla-La Mancha	81.016	67.000	14.017	3,0%
Castilla y León	103.569	83.251	19.833	3,9%
Cataluña	471.291	385.487	85.804	17,6%
C.Valenciana	258.032	207.969	49.461	9,6%
Extremadura	34.497	26.373	8.123	1,3%
Galicia	119.829	91.293	28.536	4,5%
C. Madrid	403.173	352.125	51.048	15,1%
Murcia	42.941	36.367	6.574	1,6%
Navarra	30.575	25.738	4.838	1,1%
País Vasco	106.525	86.588	19.600	4,0%
Rioja	13.188	9.347	3.841	0,5%
Ceuta y Melilla	5.377	4.374	-	0,2%
Total nacional	2.677.371	2.208.240	467.707	100,0%

Fuente: INE

Como vemos en los gráficos las comunidades autónomas, en este cuarto trimestre, con mayor número de flujos turísticos (Cataluña, Andalucía, Comunidad de Madrid, Canarias, Baleares y Comunidad Valenciana), son también, y lógicamente, las que más ocupados del sector presentan, representando el 74,6% del total de ocupados del sector.

Gráfico 29. Ocupados en turismo y tasa de variación interanual según comunidad autónoma (cuarto trimestre de 2019).



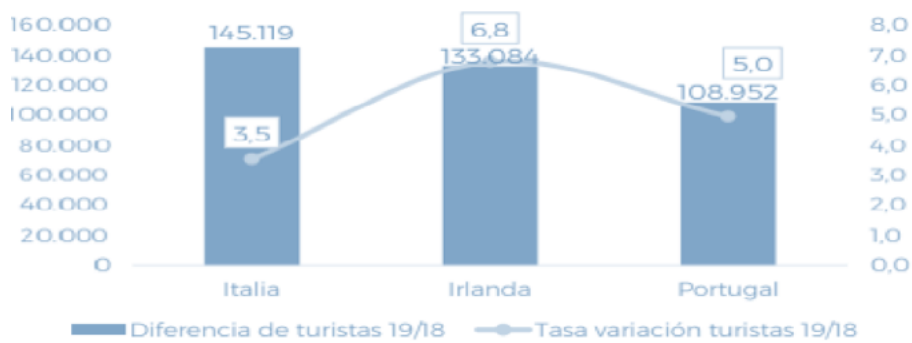
Fuente: INE

C. DATOS ESPECÍFICOS DEL SECTOR:

El patrón de conducta impulsa el mayor impacto económico por el turismo extranjero en España. Por segundo año consecutivo el impacto económico del turismo extranjero crece, según datos de la Balanza de Pagos de España, un 3,3% hasta noviembre.

De estos turistas extranjeros, crece la afluencia de turistas de países europeos periféricos, como vemos en la siguiente gráfica:

Gráfico 30. Turistas procedentes de Italia, Irlanda y Portugal.



Fuente: INE

Por último, comentar la concentración de crecimiento turístico en los destinos urbanos españoles, con Madrid a la cabeza. Estos destinos alcanzan los mejores resultados turísticos, a diferencia de los destinos de sol y playa, que tienen los peores resultados, con especialidad intensidad en Canarias.

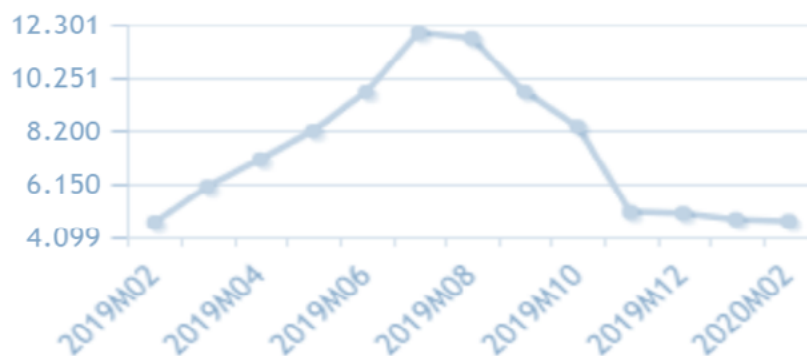
Madrid experimenta el mayor incremento con un 6,1% en 2019, seguido de Cataluña con Barcelona a la cabeza, con un 4,3% de aumento del 8,3% en sus ingresos. Los datos de las Comunidades Autónomas del interior se ven favorecidas también por el turismo extranjero. Entre ellas destacan Navarra (3% de aumento en los beneficios de las empresas), Castilla y León (3,8%), Extremadura (1,7%), Aragón (1,3%) y Castilla la Mancha (1,6%).

Como comentábamos anteriormente, los destinos insulares tienen la evolución más negativa, con Canarias y su descenso del 7% respecto del año 2018 y Baleares con un descenso del 5,1%, según la encuesta de confianza de Exceltur.

En cuanto al gasto de los turistas internacionales, con datos de febrero de 2020, supuso un gasto bruto de 4.713,58 millones de euros, con un gasto medio por turista de 1.066 euros, lo que conlleva un gasto medio diario de 156 euros.

En la siguiente gráfica, vemos como en el primer trimestre de 2020 el gasto medio ha disminuido en picado, debido a la crisis sanitaria en la que nos encontramos.

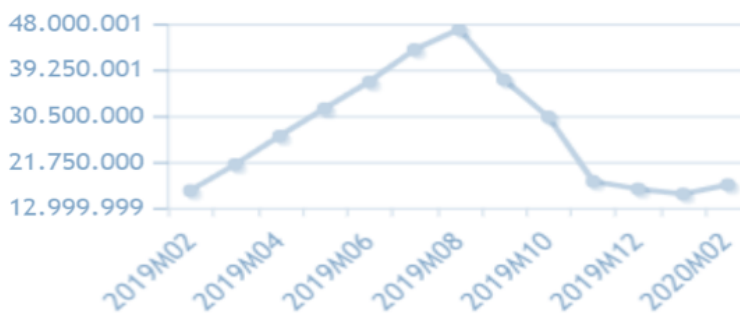
Gráfico 31. Gasto total internacional.

Gasto total (millones de euros). Valor

Fuente: Exceltur

La ocupación de hoteles para estas mismas fechas ha disminuido en picado, por los mismos motivos, presentando una estancia media de 2,73 días, con 17.710.222 millones de ocupaciones para este periodo. A través de la siguiente gráfica se aprecia la comparativa con otros periodos, y se vislumbra la caída.

Gráfico 32. Ocupación hotelera (pernoctaciones).

Pernoctaciones. Valor

Fuente: Exceltur

Por último, presentamos la tabla actualizada con diversos datos sobre turismo y hostelería ofrecida por Tourspain- ficha de coyuntura:

Tabla 20. Datos sobre turismo y hostelería.

	TOTAL	S/AÑO ANTERIOR (%)
OCUPACIÓN HOTELERA		
FEB-2020		
Viajeros en hoteles (residentes y no residentes)	6.477.430	7,8
Pernoctaciones (residentes y no residentes)	17.710.219	6,8
Grado de ocupación (%)	51	2,7
OCUPACIÓN EN ACAMPAMENTOS TURÍSTICOS		
ENE-2020		
Viajeros en acampamentos (residentes y no residentes)	146.619	17,3
Pernoctaciones (residentes y no residentes)	1.188.970	8,3
Grado de ocupación (%)	40	3,7
OCUPACIÓN EN APARTAMENTOS TURÍSTICOS		
ENE-2020		
Viajeros en apartamentos (residentes y no residentes)	581.052	5,2
Pernoctaciones (residentes y no residentes)	3.878.055	-0,4
Grado de ocupación (%)	30	-0,3
OCUPACIÓN EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL		
ENE-2020		
Viajeros en turismo rural (residentes y no residentes)	159.628	14,5
Pernoctaciones (residentes y no residentes)	362.950	12,8
Grado de ocupación (%)	8	11,1
ÍNDICE DE PRECIOS HOTELEROS (IPH)		
FEB-2020		
Índice general	104,1	1,0
INDICADOR RENTABILIDAD DEL SECTOR HOTELERO (IRSH)		
FEB-2020		
Indicador ADR (Euros)	83,7	-0,7
Indicador RevPar (Euros)	49,4	-0,1

Fuente: Tourspain

Como vemos en la tabla, los datos se encuentran divididos ocupación hotelera en cuanto a número de viajeros en hoteles, los cuales representan 6.477.430 de viajeros, un 7,8% más respecto al año anterior, en cuanto a número de pernoctaciones, un incremento del 6,8% respecto al año anterior y el grado de ocupación general, el cual representa un 2,7% de aumento con respecto al año anterior.

En términos generales, el crecimiento en este sector en términos de ocupación es positivo, exceptuando si observamos las pernoctaciones de residentes y no residentes en cuanto a ocupación de apartamentos turísticos, en el que ha decrecido un 0,4% con respecto al año anterior; y los indicadores de rentabilidad dentro del sector, donde observamos que el indicador ADR (Rango Diario Medio) es un 0,7% inferior al año anterior, y el indicador RevPar, que mide la rentabilidad de un nuevo establecimiento, que descendió ligeramente con respecto al año anterior, con un 0,1%.

4.3. Contexto canarias: análisis detallado socioeconómico y estructural por sectores

4.3.1. Principales magnitudes macroeconómicas.

A. INDICADORES MACROECONÓMICOS ECONOMÍA CANARIA

El PIB de Canarias experimentó un aumento del 2,5% en el año 2019. La previsión de crecimiento es de un 1,8% en 2020. Con ello, para el bienio 2019-2020 se espera que se puedan crear unos 47 mil puestos de trabajo en la región y se reduzca la tasa de paro hasta el 18,6% en 2020, todavía 8,1 puntos porcentuales por encima del mínimo alcanzado en 2007.

Tabla 21. PIB Precio Mercado. Índices de volumen encadenados (variaciones reales del PIB). Canarias y España por trimestres.

VALOR ABSOLUTO								
	2019 cuarto trimestre	2019 tercer trimestre	2019 segundo trimestre	2019 primer trimestre	2018 cuarto trimestre	2018 tercer trimestre	2018 segundo trimestre	2018 primer trimestre
Canarias								
Producto interior bruto a precios de mercado	112.14	110,09	109,14	107,99	109,26	108,20	106,95	105,65
España								
Producto interior bruto a precios de mercado	113.84	110,17	112,01	106,61	111,87	107,99	110,07	104,09

VALOR ABSOLUTO								
	2019 cuarto trimestre	2019 tercer trimestre	2019 segundo trimestre	2019 primer trimestre	2018 cuarto trimestre	2018 tercer trimestre	2018 segundo trimestre	2018 primer trimestre
Canarias								
Datos brutos								
VABpb Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	125.07	80,59	86,89	83,63	79,60	77,40	87,05	86,19
VABpb Industria	102.80	84,81	85,52	85,63	86,35	84,11	85,80	85,06
VABpb Construcción	126.01	98,52	98,68	95,40	95,90	94,32	94,17	90,24
VABpb Servicios	112.61	114,58	112,58	111,58	113,93	113,34	110,54	109,41

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Esta evolución de la economía canaria se explica por la fortaleza de parte de la demanda interna, que ha compensado la reducción de las exportaciones de servicios turísticos al segmento de no residentes en España.

El crecimiento continuo situado en el 2,4% en 2019 y con una expectativa de crecimiento situada antes de la crisis del Covid-19 en el 1,8% en 2020. Diversos factores contribuían a mantener este dinamismo de la economía canaria. Por un lado, se esperaba que la recuperación de la demanda mundial, a pesar del menor crecimiento en la eurozona, principal origen de los turistas en el archipiélago.

La desaceleración del turismo asociada a un escenario de menor consumo en los principales mercados de origen (con un especial riesgo en el británico) y la recuperación de otros destinos competidores se veían parcialmente compensadas por un euro algo más depreciado, junto con un abaratamiento del barril de petróleo hasta el entorno de los 60 dólares.

Una normalización más lenta de la política monetaria apoyará a la demanda interna y, en particular, a la recuperación del sector inmobiliario. Asimismo, el impulso fiscal derivado del aumento de los salarios públicos, de las pensiones y el incremento del salario mínimo interprofesional (SMI) para aquellas personas que mantengan su puesto de trabajo, se esperaba que contribuyesen a aumentar la renta disponible de los hogares y a sostener el consumo a corto plazo.

Tabla 22. PIB PM. Precios corrientes. Canarias y España por trimestres.

	VALOR ABSOLUTO							
	IV T. 2019	III T. 2019	II T. 2019	I T. 2019	IV T. 2018	III T. 2018	II T. 2018	I T. 2018
Canarias								
PIB a precios de mercado	11.748,33	11.722,02	11.778,94	11.545,44	11.723,03	11.561,64	11.523,00	11.221,52
España								
PIB a precios de mercado	325.864,0	306.423,0	315.357,0	297.929,0	314.899,0	296.143,0	304.350,0	286.801,0

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Tabla 23. VAB por sectores canarios.

VALOR ABSOLUTO								
	IV T. 2019	III T. 2019	II T. 2019	I T. 2019	IV T. 2018	III T. 2018	II T. 2018	I T. 2018
Canarias								
VABpb Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	183,07	138,74	151,23	144,45	134,25	134,09	150,81	147,13
VABpb Industria	640,61	786,08	795,79	805,47	820,23	801,77	799,89	789,58
VABpb Construcción	707,23		702,30	666,09	677,76	635,87	645,94	620,48
VABpb Servicios	9.396,66		8.994,31	8.627,09	9.191,92	8.867,21	8.780,39	8.442,03
España								
VABpb Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	10.505,0		8.829,0	7.212,0	10.619,0	6.648,0	9.088,0	7.259,0
VABpb Industria	46.178,0		43.761,0	44.847,0	44.828,0	41.511,0	42.293,0	43.986,0
VABpb Construcción	19.349,0		19.725,0	16.568,0	18.661,0	16.319,0	17.892,0	14.860,0
VABpb Servicios	223.794,0		213.848,0	196.873,0	215.269,0	203.172,0	205.568,0	189.995,0

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

B. INDICADORES ESPECÍFICOS SECTOR COMERCIO:

Es importante destacar la consolidación de la línea alcista de las ventas minoristas en el archipiélago canario. Tras los años de la crisis, a partir de 2013 se inicia un cambio de tendencia que se ha mantenido firme hasta el periodo previo a la crisis sanitaria provocada por el Covid-19.

A través del estudio de las estadísticas actualizadas obtenidas de ISTAC podemos observar la misma tendencia que la anteriormente mencionada, a nivel macro, observándose que el mayor número de exportaciones se realiza a nivel nacional, como es de esperar, vía aérea y marítima, y posteriormente al resto de Europa, con la excepción de Cabo Verde que se encuentra como tercer país de exportación canario.

Tabla 24. Exportaciones e importaciones canarias.

EXPORTACIONES SEGÚN PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO. CANARIAS Y PERIODOS.			
	2019 NOVIEMBRE (P)	2018 NOVIEMBRE	2017 NOVIEMBRE
Exportaciones en valor			
Resto de España	72.894,04	76.730,39	79.081,28
Alemania	3.824,78	3.054,58	1.747,76
Cabo Verde	4.848,59	2.631,49	2.184,56
Estados Unidos	2.667,71	3.284,05	1.746,49
Francia	2.619,81	1.903,64	1.656,92
Marruecos	4.433,20	1.240,43	401,742
Países Bajos	7.170,17	6.471,01	5.526,15
Reino Unido	14.615,07	4.123,04	4.411,73
IMPORTACIONES SEGÚN PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN. CANARIAS Y PERIODOS.			
	2019 NOVIEMBRE (P)	2018 NOVIEMBRE	2017 NOVIEMBRE
Importaciones en valor			
Resto de España	1.171.570,44	1.213.763,92	1.227.647,81
Alemania	34.980,64	45.017,87	52.463,52
Brasil	7.903,17	7.348,78	10.371,87
China	14.516,34	19.818,54	19.615,57
Estados Unidos	4.767,65	32.777,39	5.801,74
Francia	7.998,48	8.115,78	20.287,38
Italia	27.539,79	28.273,51	18.310,33
Países Bajos	42.322,91	37.998,61	26.269,96
IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES SEGÚN ZONAS ECONÓMICAS Y GEOGRÁFICAS. CANARIAS Y PERIODOS.			
	2019 NOVIEMBRE (P)	2018 NOVIEMBRE	2017 NOVIEMBRE
Importaciones en valor			
EUROPA	1.414.914,74	1.426.295,95	1.468.071,34
Resto de España	1.171.570,44	1.213.763,92	1.227.647,81
ÁFRICA	19.255,71	7.010,65	26.218,69
AMÉRICA	21.327,80	52.509,89	27.167,78
ASIA	27.794,39	58.139,53	36.477,12
OCEANÍA Y REGIONES POLARES	474,321	1.280,56	1.110,14

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos de la Agencia Tributaria.

Los datos más actualizados sobre comercio exterior e interior son los proporcionados por el IS-TAC y la Confederación Canaria de Empresarios, donde se muestran que el valor de las exportaciones alcanzó los 2.937,2 millones de euros, suponiendo un aminoramiento con respecto al año 2018. Cabe destacar que el mercado europeo representa un 38,1% del total comercial.

Por último, comentar la aportación de las importaciones y exportaciones al porcentaje del PIB, según los datos de C-Intereg y el diario Expansión, únicas entidades con datos desagregados a este nivel. Supone en el caso de las exportaciones un 6,09% y de las importaciones un 8,67%.

En la siguiente tabla observamos la distribución geográfica a nivel estatal del comercio de bienes, obtenidos de “Data Comex” del Ministerio de Economía y Competitividad.

Tabla 25. Distribución geográfica a nivel estatal del comercio de bienes.

2019	Propia CCAA (1)	EXPORTA A		IMPORTA DE		SALDO INTERIOR (2-4)	SALDO EXTERIOR (3-5)	PRODUCCIÓN EFECTIVA (1+2+3)
		ESPAÑA (2)	MUNDO (3)	ESPAÑA (4)	MUNDO (5)			
Cataluña	41.010	41.184	73.853	21.451	92.419	19.733	-18.566	156.047
Andalucía	22.456	27.731	31.738	19.032	30.553	8.700	1.185	81.925
C. Valenciana	20.854	21.005	31.160	25.026	28.421	-4.021	2.739	73.019
C. de Madrid	13.403	18.618	31.179	26.642	64.412	-8.024	-33.233	63.200
País Vasco	12.289	16.277	25.389	15.799	20.117	478	5.272	53.955
Galicia	14.431	15.133	22.197	7.589	19.814	7.544	2.383	51.761
Castilla y León	12.340	17.563	14.563	19.568	12.236	-2.005	2.327	44.466
Aragón	6.980	13.158	13.473	18.400	11.513	-5.242	1.959	33.611
Castilla-La Mancha	6.458	17.035	7.527	20.688	9.289	-3.653	-1.761	31.020
Murcia	4.405	10.601	10.561	9.509	11.054	1.092	-493	25.566
Navarra	4.395	8.423	10.147	8.196	5.468	228	4.679	22.966
Asturias	3.897	4.640	4.833	5.946	4.008	-1.306	825	13.370
Canarias	3.690	3.410	2.668	7.484	3.578	-4.073	-910	9.769
Cantabria	2.333	4.101	2.613	4.429	2.170	-328	444	9.048
Extremadura	3.525	3.266	2.089	5.752	1.389	-2.486	700	8.880
La Rioja	1.210	3.080	1.892	3.382	1.429	-302	463	6.182
Baleares	1.697	544	1.790	6.877	1.516	-6.333	274	4.030
ESPAÑA	175.373	225.769	287.673	225.769	319.386	0	-31.713	688.815

Fuente: Ministerio de economía y competitividad

Por último, cabe destacar los índices de comercio al por menor deflactados y los de ocupación del sector minorista:

Tabla 26. Índices de comercio al por menor deflactados.

COMERCIO		
Índice de Comercio al Por Menor Deflactado	May-2019	103,6
Índice de Ocupación en el Sector minorista	May-2019	107,7

Fuente: Ministerio de economía y competitividad

La progresión, como vemos en la tabla del anterior punto, es muy estable, con apenas diferencias del 3 puntos porcentuales entre años, por lo que asumimos que los índices, tanto de comercio al por menor como de ocupación de la sección minorista comercial, son bastante equilibradas.

C. INDICADORES ESPECÍFICOS SECTOR TRANSPORTE:

Como información de magnitudes específicas del sector de transporte se recoge a continuación datos de evolución del volumen de pasajeros y mercancías.

Tabla 27. Viajeros transportados. Canarias.

	2020 ENERO	2019 ENERO
Viajeros transportados		
Canarias	5.717	5.402

Fuente: Ministerio de economía y competitividad

En el caso del transporte marítimo, vemos que las líneas regulares interinsulares transportaron en febrero de 2020 a más de medio millón de personas, casi 100.000 más que el año pasado en las mismas fechas:

Tabla 28. Pasajeros en línea regular. Canarias.

	2020 FEBRERO (P)	2019 FEBRERO (P)
Pasajeros en línea regular		
Canarias	543.532	435.587

Fuente: Ministerio de economía y competitividad

En cuanto al mismo medio de transporte marítimo, pero en este caso de mercancías, vemos como ha habido un ligero descenso con respecto a las mismas fechas del año anterior. En este caso podemos intuir que puede deberse a que en esas fechas comenzaba la incipiente crisis que estamos padeciendo.

Tabla 29. Tráfico total de mercancías. Canarias.

	2020 FEBRERO (P)	2019 FEBRERO (P)
Tráfico total de mercancías		
CANARIAS	2.932.965	2.966.706

Fuente: Ministerio de economía y competitividad

Por último, mencionar lo referido al transporte aéreo. Volvemos a ver un ligero descenso en el número de vuelos. Sin embargo, este no es muy desproporcionado, ahora bien, los datos no alcanzan las fechas más recientes, donde, debido a la crisis sanitaria, los vuelos han bajado, obviamente, a casi o (solamente vuelos esenciales de repatriación o de mercancías sanitarias).

Tabla 30. Transporte aéreo. Canarias.

	2019 TOTAL (P)	2019 DICIEMBRE (P)	2018 TOTAL (P)	2018 DICIEMBRE (P)
TOTAL, CLASES DE TRÁFICO				
CANARIAS				
TOTAL, ORIGEN	17.737.398	1.620.965	18.059.712	1.662.755
Resto de España	4.481.822	378.168	4.118.531	366.880
Extranjero	13.255.576	1.242.797	13.941.181	1.295.875
Regular				
CANARIAS				
TOTAL, ORIGEN	15.118.590	1.332.860	15.218.948	1.386.766
Resto de España	4.462.920	372.861	4.097.000	365.847
Extranjero	10.655.670	959.999	11.121.948	1.020.919
No regular				
CANARIAS				
TOTAL, ORIGEN	2.618.808	288.105	2.840.764	275.989
Resto de España	18.902	5.307	21.531	1.033
Extranjero	2.599.906	282.798	2.819.233	274.956

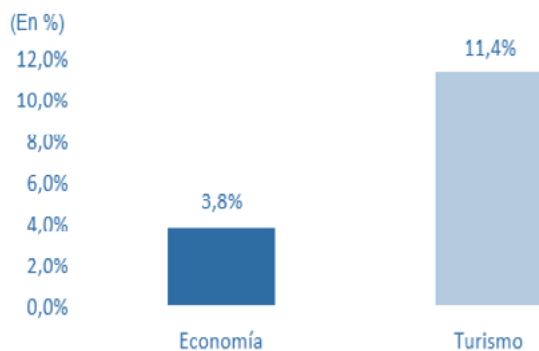
Fuente: Ministerio de economía y competitividad

D. INDICADORES ESPECÍFICOS SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO:

El positivo comportamiento del turismo en Canarias en los últimos años evidenciado en anteriores ediciones del Estudio IMPACTUR y la especialización turística de la economía canaria se refleja en la importante contribución de la actividad turística del archipiélago al conjunto del sector turístico español. Así, el peso del valor añadido generado por las actividades turísticas en las islas explica el 11,4% del total del impacto económico del turismo en toda España, mientras el conjunto de la economía canaria representa sólo un 3,8% del total del PIB español, según la Contabilidad Regional de España del INE.

Gráfico 33. Peso relativo de Canarias sobre el total nacional

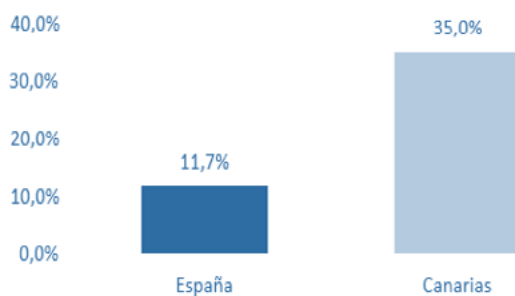
(porcentaje PIB de Canarias sobre PIB España, 2018).



Fuente: CSTE, CRE (INE), Exceltur

Gráfico 34. Aportación del Turismo al PIB en Canarias y España

(porcentaje PIB Turístico sobre el total, 2018) (Datos para España relativos a 2017).



Fuente: CSTE, CRE (INE), Exceltur

Ha sido precisamente este impulso de la actividad turística el que ha propiciado un crecimiento de la economía canaria en línea con la media nacional desde 2010, compensando la caída o estancamiento en ese mismo período de otras ramas de actividad con notable peso en la economía canaria: construcción (-1,6% en media anual en el período 2010-2018), la industria (-1,0%), actividades de información y comunicaciones (-1,1%), actividades financieras y de seguros (-0,5%) o el estancamiento del valor añadido generado por la Administración Pública (+0,5%).

La Formación bruta de capital (inversión) y el gasto turístico de las administraciones públicas relacionado con el turismo alcanzó en 2018 los 17.228 millones de euros. Ello gracias al positivo desempeño del consumo turístico, muy especialmente de los turistas extranjeros, al que se ha unido unos mayores niveles de inversión privada de las ramas turísticas y de gasto público vinculado al turismo.

Es de suma importancia el consumo turístico extranjero para garantizar un crecimiento estable en el medio y largo plazo de la actividad turística en Canarias. En efecto, el detalle de los resultados del estudio realizado por Promotur, cuantifica en el 67,8% el peso del gasto turístico vinculado a los viajes de la demanda extranjera dentro de su estructura de Demanda Turística.

Destaca el consumo asociado a los desplazamientos turísticos de los residentes canarios en los destinos de las islas (12,7%), mientras que el consumo turístico de los españoles no residentes de otras comunidades suponía en 2018 el 7,0% del total de la demanda turística en Canarias.

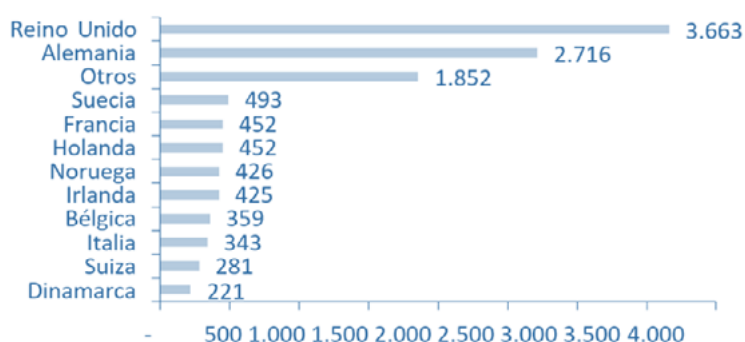
La inversión privada de las ramas características del turismo y el gasto corriente turístico de las administraciones públicas regionales y entes locales ascendían al 6,4% y 6,1% restante, respectivamente.

El detalle de los resultados por mercados emisores revela el elevado impacto económico generado por los turistas británicos en los destinos canarios a pesar de la incertidumbre vinculada al Brexit y la depreciación acumulada de la libra en 2018. Concretamente, los 5 millones de turistas británicos que visitaron ese año 2018 las Islas Canarias y que estuvieron media 8,5 días (42,6 millones de pernoctaciones) generaron un impacto de 3.663 millones de euros.

Esta notable contribución de la demanda turística británica sobre el turismo y entramado productivo canario (el 23,0% de la demanda turística en Canarias y el 8,1% de su economía), junto a su elevado grado de fidelidad, conocimiento y repetición de viaje a las islas (el 71% de los turistas británicos ya conocían Canarias según datos de Promotur) exige alinear y sumar esfuerzos de los agentes públicos y privados para afrontar con éxito los retos asociados al escenario de los próximos años.

Una nueva tesitura marcada en 2019 por el cierre de Thomas Cook y de sus filiales (809.240 pasajeros fueron transportados el 2018 por Thomas Cook Airlines) y el Brexit (las ventas a británicos de las empresas turísticas radicadas en los archipiélagos canario en 2019 descendieron un 7,2% según la Encuesta de Confianza de Exceltur), donde la cooperación y colaboración público privada tiene que garantizar en primer lugar la conectividad a las islas, que ha jugado un papel fundamental en el desempeño de este mercado en los últimos años, para poder con ello seguir avanzando en la generación de nuevas propuestas experienciales y contenidos que sigan fortaleciendo el atractivo, la fidelidad y capacidad de prescripción ante los turistas británicos más deseados.

Gráfico 35. Consumo turístico por mercados emisores extranjeros 2018 (millones de euros).



Fuente: Exceltur

Se confirma igualmente un elevado nivel de ingresos asociados a los turistas alemanes en 2018. La afluencia de 3 millones de turistas alemanes en 2018, que realizaron un total de 32,5 millones de pernoctaciones en los alojamientos turísticos del archipiélago, con un gasto en destino de

83,4 euros diarios, contribuyeron a generar 2.716 millones de euros de impacto económico del mercado emisor alemán.

Sin que a finales de 2019 la quiebra de Thomas Cook se haya extendido a la filial alemana del grupo, Condor, es un hecho que la conectividad aérea con este mercado, en un contexto de enfriamiento de la economía alemana, se mantiene en una tendencia a la baja en los últimos meses y que, según los datos de programación aérea de Promotur, se extiende en la próxima temporada de invierno 19/20 (-17,2%, 284 mil plazas menos). De ahí que la recuperación de la conectividad, retención y atracción de este mercado se revela como otro de los retos claves a trabajar conjuntamente a corto plazo entre los actores del sector.

Bajo esta misma lógica se sitúan mercados emisores estratégicos como los nórdicos, que, con ingresos turísticos de 493 millones de euros en el caso de Suecia, 426 millones de euros vinculados a los turistas noruegos y 221 millones de euros a los daneses, evidencian también pérdidas de afluencia en los nueve primeros meses de 2019.

Se sigue constatando la notable aportación de otros mercados del centro de Europa como Francia y Holanda (452 millones de euros en 2018), Bélgica (359 millones de euros) y Suiza (281 millones de euros). La conectividad entre Irlanda y las Islas ha consolidado su presencia en el territorio canario elevando hasta 425 millones de euros los ingresos asociados a sus viajes en los destinos canarios, mientras que el consumo turístico en los desplazamientos turísticos de los italianos en Canarias ascendió a 343 millones de euros en el año 2018.

Es interesante también observar el gasto medio del turista extranjero en Canarias. Vemos que, si bien ha habido un ligero descenso entre el año 2018 y el 2019 las cifras que vemos en la siguiente tabla son muy similares. Sin embargo, cabe destacar que el mayor gasto se encuentra concentrado en el grupo de edad de 45-64 años y más de 64 años.

Tabla 31. Gasto medio del turista extranjero en Canarias.

	2019	2018
Gasto por turista		
AMBOS SEXOS		
TOTAL, GRUPOS DE EDADES	1.135,58	1.195,70
De 16 a 24 años	839,15	888,04
De 25 a 44 años	1.095,65	1.167,47
De 45 a 64 años	1.183,75	1.236,28
Mayor de 64 años	1.237,40	1.310,29
Gasto por turista y día		
AMBOS SEXOS		
TOTAL, GRUPOS DE EDADES	138,88	143,59
De 16 a 24 años	111,16	113,58
De 25 a 44 años	145,68	152,19
De 45 a 64 años	146,68	149,77
Mayor de 64 años	117,49	122,95

Fuente: ISTAC

Según los datos obtenidos se cuantifica en 10.683 millones de euros los efectos directos del turismo que representaron el 23,2% del total del PIB canario, y generaron un total de 248.003 puestos de trabajo (el 29,1% del total del empleo de las Islas Canarias). Dentro de los efectos directos se contabilizan aquellos generados en los subsectores y ramas de actividad que están en contacto directo con los turistas: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches y de transporte de pasajeros, prestadores de servicios de ocio, etc.

Por su parte, los efectos indirectos, es decir, aquellos inducidos en primera instancia sobre otras ramas de actividad del entramado productivo de la comunidad; proveedoras de bienes y servicios intermedios para el sector turístico, como pueden ser los agricultores, suministradores de alimentos, la construcción, las empresas textiles o las de electricidad, gas y agua, servicios de asesoría a empresas, etc. ascendieron en 2018 a 5.416 millones de euros, que equivale al 11,8% de la economía canaria. La capacidad de arrastre del turismo se manifiesta igualmente en la creación de 95.886 puestos de trabajo, el 11,3% del total del empleo del archipiélago, según datos del informe "X" de Promotur.

4.3.2. Caracterización del tejido empresarial

A. SECTOR COMERCIO

En la siguiente tabla analizamos las empresas del sector de comercio en Canarias por número de trabajadores. Se observa que la mayoría de las empresas dedicadas al sector comercio son Pymes, puesto que, como se observa en la tabla, más del 90% del total empresarial tiene entre 1 y 50 asalariados.

Tabla 32. Empresas por número de asalariados.

G. COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR Y MOTOCICLETAS	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
TOTAL	14.860	15.262
De 1 a 2 asalariados	7.344	7.665
De 3 a 5 asalariados	3.679	3.749
De 6 a 9 asalariados	1.753	1.763
De 10 a 49 asalariados	1.774	1.795
De 50 a 249 asalariados	268	253
De 250 a 499 asalariados	22	19
500 o más asalariados	20	18

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y S.S.

A su vez observamos que el mayor número de empresas dentro del sector comercio se encuentra en Tenerife y Gran Canaria, concentrando el 83% del total de empresas.

Tabla 33. Números de empresas por islas. Comercio.

G. COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR Y MOTOCICLETAS	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
Lanzarote	1.100	1.117
Fuerteventura	749	783
Gran Canaria	5.861	6.034
Tenerife	7.029	7.211
La Gomera	157	161
La Palma	595	590
El Hierro	79	74

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y S.S.

Debemos mencionar el balance de la situación y las expectativas en cuanto al sector empresarial canario.

Tabla 34. Balance de situación y expectativas empresariales.

	2020 ENERO			2019 ENERO		
	BALANCE DE SITUACIÓN	BALANCE DE EXPECTATIVAS	ICEA	BALANCE DE SITUACIÓN	BALANCE DE EXPECTATIVAS	ICEA
CANARIAS	-4,5	-10,3	122,2	3,3	-7,8	125,4
Lanzarote	0,0	-6,1	120,9	8,2	-6,8	123,1
Fuerteventura	-34,2	-29,6	108,7	-11,7	-28,2	116,4
Gran Canaria	6,6	-1,3	120,3	12,4	1,5	122,9
Tenerife	-4,2	-10,8	126,0	2,4	-8,0	129,0
La Gomera	-25,6	-18,6	116,4	-11,3	-11,3	123,5
La Palma	3,4	-8,0	140,4	3,2	-4,1	141,8

Fuente: ISTAC

Como vemos en la tabla anterior, cuyos datos provienen del ISTAC, observamos que el Índice de Confianza Empresarial Armonizado (ICEA) es en general ligeramente inferior al del año 2019, sin embargo, observamos índices negativos cuando analizamos los balances de situación y expectativas, en muchas de las Islas, obteniendo un balance negativo en el conjunto de Canarias con un 4,5 en cuanto al balance de situación general y un 10,3 en cuanto a expectativas.

Los Indicadores de confianza empresarial se elaboran con carácter trimestral con el objetivo de conocer la visión que tienen los responsables de los establecimientos sobre la situación y expectativas de su negocio. La encuesta recoge las opiniones de los gestores de los establecimientos

respecto a la marcha de su negocio para el trimestre pasado y sobre sus expectativas para el trimestre entrante.

Se incluye un cuadro obtenido en base a los últimos datos del ISTAC, sobre los índices de confianza de los consumidores, en el que vemos que, por norma general, los índices de confianza, en todas las islas son predominantemente positivos, lo cual indica la buena salud, de manera generalizada, del sector en las islas.

Los Indicadores de Confianza del Consumidor ofrecen información del grado de optimismo de los residentes en Canarias sobre la situación económica de su hogar y la situación general de la economía en Canarias.

Tabla 35. Indicadores de Confianza del Consumidor.

	2019 SEGUNDO TRIMESTRE		2019 PRIMER TRIMESTRE		2018 CUARTO TRIMESTRE	
	PUNTUACIÓN	TASA DE VARIACIÓN TRIMESTRAL	PUNTUACIÓN	TASA DE VARIACIÓN TRIMESTRAL	PUNTUACIÓN	TASA DE VARIACIÓN TRIMESTRAL
CANARIAS						
Índice de Confianza del Consumidor	88,64	2,49	86,49	1,29	85,39	..
Índice de Situación Actual	83,53	5,12	79,46	0,20	79,30	..
Índice de Expectativas	93,76	0,25	93,53	2,24	91,48	..
Lanzarote						
Índice de Confianza del Consumidor	90,88	0,73	90,22	-0,57	90,74	..
Índice de Situación Actual	86,77	1,77	85,26	-1,39	86,46	..
Índice de Expectativas	95,00	-0,19	95,18	0,17	95,02	..
Fuerteventura						
Índice de Confianza del Consumidor	86,19	-0,62	86,73	-6,96	93,22	..
Índice de Situación Actual	79,77	5,82	75,38	-10,92	84,62	..
Índice de Expectativas	92,60	-5,59	98,08	-3,66	101,81	..
Tenerife						
Índice de Confianza del Consumidor	90,27	4,98	85,99	-0,15	86,12	..
Índice de Situación Actual	85,79	7,82	79,57	0,28	79,35	..
Índice de Expectativas	94,74	2,52	92,41	-0,51	92,88	..
La Gomera						
Índice de Confianza del Consumidor	87,25	7,33	81,29	-5,76	86,26	..
Índice de Situación Actual	79,33	2,52	77,38	-8,57	84,63	..
Índice de Expectativas	95,18	11,71	85,20	-3,06	87,89	..

La Palma						
Índice de Confianza del Consumidor	90,06	-3,13	92,97	7,95	86,12	..
Índice de Situación Actual	86,62	-1,74	88,15	7,33	82,13	..
Índice de Expectativas	93,49	-4,41	97,80	8,53	90,11	..
El Hierro						
Índice de Confianza del Consumidor	93,28	1,55	91,86	6,76	86,04	..
Índice de Situación Actual	91,11	5,05	86,73	5,65	82,09	..
Índice de Expectativas	95,46	-1,59	97,00	7,80	89,98	..

Fuente: ISTAC

Por último, es importante para conocer mejor el mercado de trabajo del sector comercio, presentar la clasificación de actividades económicas dentro de las que se divide el comercio, a través del listado de actividades económicas del CNAE que concentra los tipos de actividades existentes:

Tabla 36. CNAE Comercio.

47.1: Comercio al por menor en establecimientos no especializados
47.2: Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
47.4: Comercio al por menor de equipos para tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en establecimientos especializados.
47.5: Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados
47.6: Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados.
47.7: Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados
47.9: Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta, ni en mercadillos.

Fuente: CNAE

B. SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

En el caso del sector transporte y almacenamiento, al igual que en el de comercio, observamos que la gran mayoría de empresas generan contratos autónomos puesto que el número de asalariados es muy bajo, el 80% tienen contratados entre 1 y 5 asalariados.

Tabla 37. Empresas por número de asalariados. Transporte y Almacenamiento.

H. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
TOTAL	4.542	4.641
De 1 a 2 asalariados	3.090	3.157
De 3 a 5 asalariados	553	597
De 6 a 9 asalariados	293	283
De 10 a 49 asalariados	499	493
De 50 a 249 asalariados	87	93
De 250 a 499 asalariados	11	9
500 o más asalariados	9	9

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y SS

La mayoría de las empresas de transporte se encuentran constituidas como personas físicas (3.092), seguido por las sociedades limitadas con 1.228 empresas.

Tabla 38. Empresas por su naturaleza jurídica. Transporte.

H. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
TOTAL	4.542	4.641
Personas físicas	3.092	3.165
Sociedades anónimas	149	152
Sociedades limitadas	1.228	1.243
Resto de sociedades	73	81

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y S. S.

La mayor concentración de empresas de transporte y almacenamiento se encuentran repartidas entre Tenerife y Gran Canaria, abarcando casi el 80% del total empresarial de la comunidad.

Tabla 39. Número de empresas por islas. Transporte y Almacenamiento.

H. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
Lanzarote	446	458
Fuerteventura	320	325
Gran Canaria	2.066	2.149
Tenerife	1.779	1.779
La Gomera	29	32
La Palma	123	121
El Hierro	12	15

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y S. S.

Para finalizar y con la idea de poder hacer una radiografía completa del sector incluimos una tabla de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, seguido de las ocupaciones pertenecientes al mismo:

Tabla 40. CNAE transporte.

49. Transporte terrestre y por tubería
4920: Transporte de mercancías por ferrocarril
4941: Transporte de mercancías por carretera
4942: Servicios de mudanzas
50. Transporte marítimo y por vías navegables interiores
5020: Transporte marítimo de mercancías
5040: Transporte de mercancías por vías navegables interiores
51. Transporte aéreo
5121: Transporte aéreo de mercancías
52. Almacenamiento y actividades anexas al transporte
5210: Depósito y almacenamiento
5221: Actividades anexas al transporte terrestre
5222: Actividades anexas al transporte marítimo y por vías navegables interiores
5223: Actividades anexas al transporte aéreo
5224: Manipulación de mercancías
5229: Otras actividades anexas al transporte

Fuente: CNAE

C. SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Al igual que en los otros dos sectores, observamos que la mayoría de los trabajadores/as en el sector turístico son por cuenta propia, puesto que más del 50% genera entre 1 y 9 asalariados.

Tabla 41. Empresas por número de asalariados. Hostelería.

I. HOSTELERÍA	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
TOTAL	11.266	11.225
De 1 a 2 asalariados	4.156	4.073
De 3 a 5 asalariados	3.179	3.280
De 6 a 9 asalariados	1.809	1.778
De 10 a 49 asalariados	1.755	1.724
De 50 a 249 asalariados	289	294
De 250 a 499 asalariados	56	52
500 o más asalariados	22	24

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

En este caso más del 58% de las empresas hoteleras se constituyen como persona física o Sociedad limitada, a diferencia de los otros sectores donde la mayoría se constituyen como persona física y sociedades anónimas.

Tabla 42. Empresas por su naturaleza jurídica. Hostelería.

I. HOSTELERÍA	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
I. Hostelería		
TOTAL	11.266	11.225
Personas físicas	6.545	6.548
Sociedades anónimas	236	239
Sociedades limitadas	3.828	3.789
Resto de sociedades	657	649

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

La mayor concentración de empresas hoteleras se concentra entre Gran Canaria y Tenerife, seguida por Lanzarote, con menos de la mitad de establecimiento que Gran Canaria, no obstante, con una cantidad relevante.

Tabla 43. Número de empresas por islas. Hostelería.

I. HOSTELERÍA	2019 CUARTO TRIMESTRE	2018 CUARTO TRIMESTRE
Lanzarote	1.288	1.289
Fuerteventura	815	794
Gran Canaria	3.685	3.681
Tenerife	4.823	4.830
La Gomera	204	191
La Palma	468	453
El Hierro	79	78

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

A continuación, presentamos los datos en bruto, resultado de la encuesta realizada por ISTAC en enero de 2020, período antes de la crisis del Covid-19:

Tabla 44. Encuesta ISTAC hacia la situación hotelera canaria.

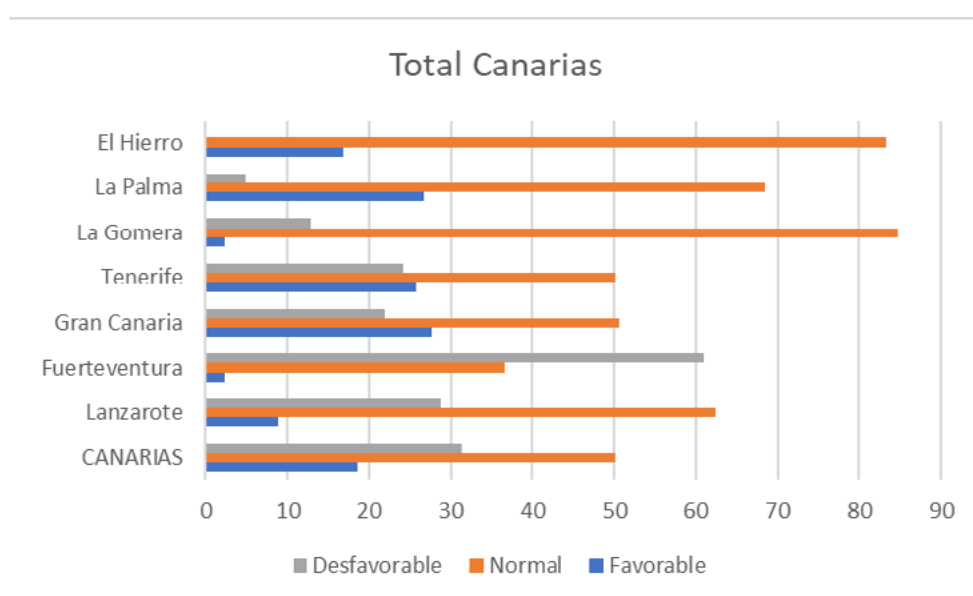
	2020 ENERO			2019 ENERO		
	FAVORABLE	NORMAL	DESFAVORABLE	FAVORABLE	NORMAL	DESFAVORABLE
CANARIAS	18,61	50,08	31,31	20,23	40,28	39,49
Lanzarote	8,85	62,46	28,7	14,88	50,35	34,77
Fuerteventura	2,33	36,63	61,04	3,59	24,26	72,15
Gran Canaria	27,61	50,54	21,86	30,13	37,78	32,09
Tenerife	25,71	50,1	24,19	23,92	46,88	29,2
La Gomera	2,37	84,79	12,84	2,01	81,03	16,96
La Palma	26,71	68,48	4,81	26,66	34,5	38,84
El Hierro	16,77	83,23	0	15,64	59,22	25,14
1, 2, 3 Estrellas						
CANARIAS	15,46	55,93	28,61	17,19	56,85	25,96
Lanzarote	5,75	54,6	39,65	27,72	49,15	23,13
Fuerteventura	0,31	56,88	42,8	3,56	43,02	53,42
Gran Canaria	28,5	59,35	12,14	17,89	62,09	20,02
Tenerife	18,73	52,29	28,98	19,62	62,6	17,79
La Gomera	4,2	77,62	18,18	2,84	89,6	7,57
La Palma	18,39	39,32	42,28	17,87	82,13	0

El Hierro	38,36	61,64	0	32,94	14,12	52,94
4, 5 Estrellas						
CANARIAS	19,59	48,29	32,12	21,33	34,35	44,32
Lanzarote	9,71	65,15	25,14	9,16	50,81	40,03
Fuerteventura	3,02	29,72	67,25	3,61	18,04	78,35
Gran Canaria	27,34	46,97	25,69	35,8	26,67	37,53
Tenerife	27,51	49,67	22,82	25,19	42,46	32,34
La Gomera	0	89,01	10,99	0	79,12	20,88
La Palma	27,78	72,22	0	27,78	28,43	43,79
El Hierro	0	100	0	0	100	0

Fuente: ISTAC

Como vemos en las siguientes gráficas, de elaboración propia, a partir de los datos anteriores, se observa claramente que la previsión de futuro del sector hotelero se apreciaba (antes de la crisis del Covid-19) cierta tendencia positiva, sin embargo, hay que destacar la apreciación preponderantemente negativa en Fuerteventura.

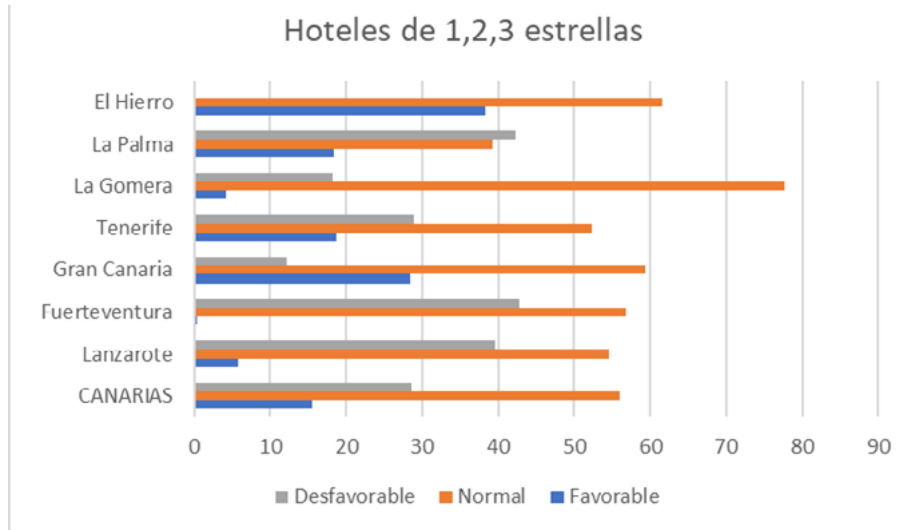
Gráfico 36. Situación hotelera canaria.



Fuente: Elaboración propia.

Si ahondamos en los datos vemos que dicha apreciación no se encuentra primariamente en las cadenas y hoteles de 1, 2 y 3 estrellas, como vemos en la siguiente gráfica, que, a pesar de tener una previsión desfavorable alta, no supera a la de normalidad.

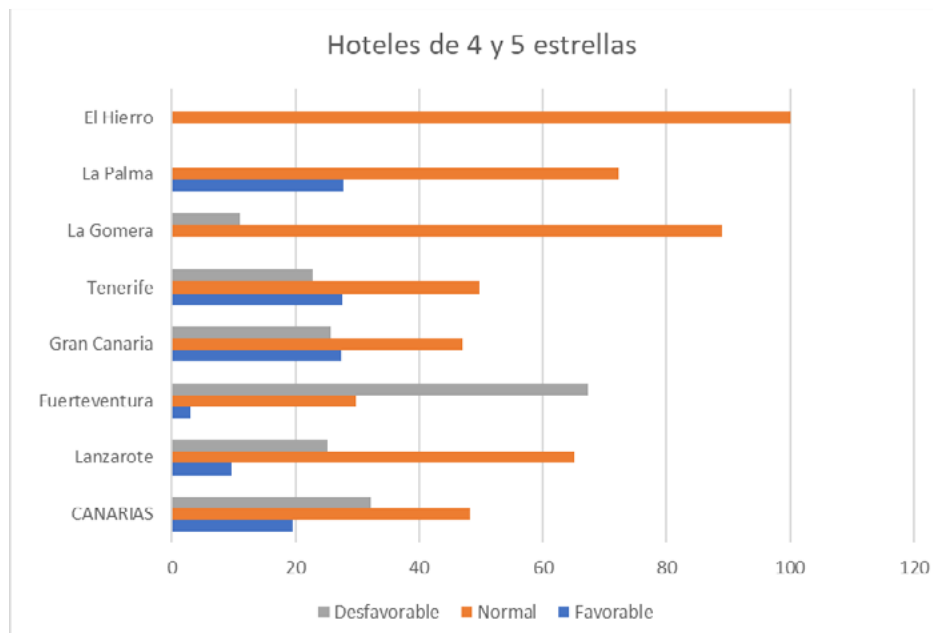
Gráfico 37. Apreciación hotelera canaria.



Fuente: elaboración propia

Es cuando pasamos a la categoría de hoteles superior, de 4 y 5 estrellas, que vemos donde la mayor apreciación negativa se encuentra, más que duplicando las cifras con respecto a normalidad en la previsión.

Gráfico 38. Apreciación hotelera canaria.



Fuente: elaboración propia

Todos los datos anteriormente representados por islas deben interpretarse con cuidado debido al error muestral que puede darse en las islas periféricas.

Por último, presentamos la relación de actividades dentro del sector, presentadas en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, las cuales nos darán una visión más amplia sobre el sector en sí mismo, y cuáles son las actividades que actúan de motor de este:

Tabla 45. CNAE hostelería.

HOSTELERÍA	
551	Hoteles y alojamientos similares
552	Alojamientos turísticos
553	Campinas
561	restaurantes y puestos de comida
562	Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas
563	establecimientos de bebidas
TRANSPORTE	
491	Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril
493	Otro transporte terrestre de pasajeros
501	Transporte marítimo y pasajeros
503	Transporte de pasajeros por vías navegables
511	Transporte aéreo de pasajeros
522	Actividades anexas al transporte
OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
791	Actividades de agencias de viajes operadores turísticos
771	Alquiler de vehículos a motos
773	Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles
799	Otros servicios de reservas
823	Organización de convenciones y ferias de muestras
900	Actividades de creación, artísticas y espectáculos
910	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
931	Actividades deportivas
932	Actividades recreativas y de entretenimiento

Fuente: CNAE

4.3.3. I+D+i y Tecnología

A. SECTOR COMERCIO

Indicadores sobre el uso de las TICs

En la medida que no se disponen de datos a nivel de Canarias se exponen datos de la situación nacional.

Según el informe de SEPE sobre el sector comercio en España, se extrae de la encuesta sobre el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), realizada por el INE, la siguiente tabla sobre uso de TIC dentro del sector de comercio minorista.

Tabla 46. Uso de TIC en comercio.

INDICADORES SOBRE USO DE LAS TIC	EMPRESAS CON MENOS DE 10 EMPLEADOS	EMPRESAS CON MÁS DE 10 EMPLEADOS
Disponen de ordenadores	73,1	99,6
Personal que usa ordenadores con fines empresariales	63,9	60,1
Personal que usa ordenadores conectados a internet con fines empresariales	60,5	51,9
Tiene sistemas internos de seguridad	45,9	87,0
Conexión a Internet	70,2	98,7
Conexión a Internet y sitio/página web	29,8	77,7
Usan firma digital	48,6	77,1
Banda ancha (fija o móvil)	99,0	99,4
Banda ancha fija	87,7	95,0
Banda ancha móvil	72,6	82,4
Realizan ventas por comercio electrónico	4,5	20,4
Realizan compras por comercio electrónico	15,7	31,4

Fuente: SEPE

Las empresas que tienen diez o más empleados cuyas sedes sociales están ubicadas en Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana presentan las mayores intensidades en el uso de las TIC en el primer trimestre de 2017.

Por su parte, las empresas comerciales de la ciudad autónoma de Melilla y las comunidades autónomas de Canarias y Castilla-La Mancha tienen los menores porcentajes en el uso de las tecnologías de la información.

INFORMACIÓN INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍAS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

En las entrevistas en profundidad realizadas en el presente estudio con empresas, expertos, agentes sociales, administraciones y otros actores del sector de comercio se ha puesto de relieve la importancia clave de la tecnología, los procesos de transformación digital y el Impacto del comercio online.

“La modernización del comercio tradicional a partir de las nuevas tecnologías. El Internet de las Cosas, la Inteligencia Artificial, la impresión 3D, las plataformas digitales, etc., han transformado radicalmente el comercio tal y como lo conocíamos”.

Representante de la administración

“La tecnología es fundamental sobre todo a nivel de la digitalización de todos los procesos: necesitas unas herramientas tipo ERP y CRM para gestionar tu día a día, para el análisis de datos e información valiosa a nivel numérico y estratégico para la toma de mejores decisiones, necesitas el control de la actividad, de la productividad que te ayude a tener a tu cliente bien localizado y gestionado... ese mismo ERP te ayuda a gestionar toda la trazabilidad del servicio”.

Empresa sector comercio

“La tecnología también nos ayuda a uno de los cambios más importantes es la expansión de la venta on line y para ello las herramientas tecnológicas es clave”.

Empresa sector comercio

“Hay que utilizar herramientas Bussiness Inteligence (BI) para acceder a oportunidades de negocio y aumentar tu abanico de posibilidades de negocio: el BI te permite mezclar todo tipo de datos y coordinar los datos de la potencialidad de las ventas que obtienes con tu CRM para optimizar la producción y focalizar las estrategias adecuadas. Las pymes no son conscientes del beneficio de este tipo de tecnologías y herramientas para la mejora del negocio. Hoy por hoy la clave está la optimización de la capacidad de producción y maximizar los procesos”.

Empresa sector comercio

“La administración regional ha destinado en sus presupuestos de 2020 una partida específica para el estudio de herramientas que permitan integrar el comercio canario en las plataformas on-line, para poder iniciar la estrategia y acciones de apoyo al comercio electrónico en las islas, con el objetivo de paliar los obstáculos a la expansión del comercio electrónico en Canarias debido, entre otros factores, a los costes logísticos derivados de nuestra situación geográfica”.

Representante de la administración

“El modelo on line se va a imponer de manera sólida. actualmente nuestra empresa está trabajando un 15% on line y 85% venta física pero este porcentaje va a ir cambiando hasta llegar a una tendencia casi inversa o casi”.

Empresa sector comercio

“El crecimiento y evolución de sector tiene que estar enfocado hacia la venta online o una buena combinación entre la venta online y la física, donde la física es soporte de la venta online y no al revés”.

Empresa sector comercio

“En Canarias en esta evolución vamos un poco más despacio debido a que los factores insulares limitan la capacidad de expansión de las plataformas de venta on line. Tipo Amazon, Ali Express, etc. Pero si vemos que la gente está cada vez más motivada para utilizar el canal on line y cuando lo prueban el nivel de fidelidad es cada vez más amplio”

Empresa sector comercio

“A nivel de perspectiva el comercio va a experimentar un cambio estratégico en el sentido que a medio y largo plazo las tiendas físicas se convertirán en un soporte del comercio on line como ya está pasando en muchos países: en cuanto a reparaciones, atención al cliente, etc.: Los establecimientos físicos se van a reducir y se convertirá en el solucionador de problemas”.

Empresa sector comercio

“El interés por la protección del consumidor. Especialmente en el ámbito digital, la protección a la privacidad del usuario ocupa un lugar importante dentro de la gestión del cambio tecnológico”.

Representante de la administración

“Para desarrollar un comercio más competitivo se están incorporando nuevos conceptos organizativos, así como desarrollos tecnológicos e innovadores:

- Códigos QR*
- Digital Signane (marketing digital dinámico)*
- Co-working (trabajo cooperativo)*
- Click&Collect*
- Brick&clicks*
- Green retail*
- Check up*
- Networking*
- Flagship (tiendas insignia)*
- Cloud computing (nube)*
- Comunidad (redes)*
- Nuevas formas de pago*
- Pop-up*
- Comercio electrónico*
- Página web/app*
- Omnicanalidad*
- Marketing wifi*
- Marketing 360º”*

Representante de la administración

B. SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

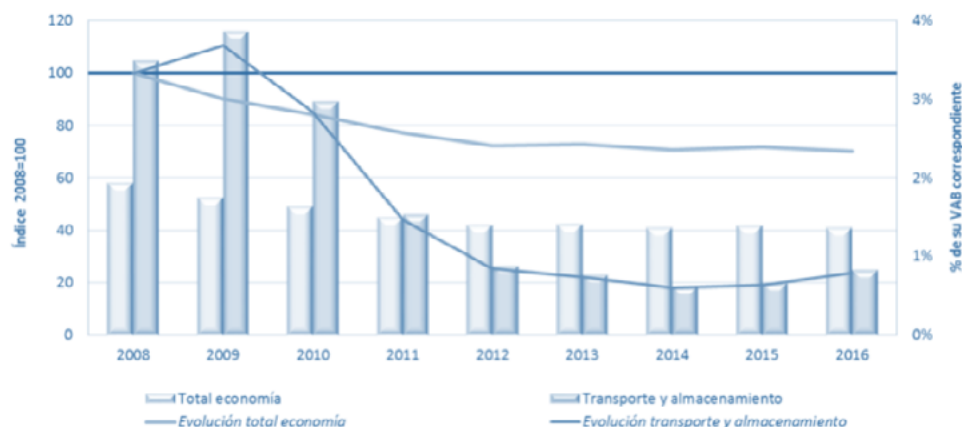
No disponemos de datos concretos de Innovación y desarrollo en el sector de Transporte y Almacenamiento en Canarias, pero podemos tomar como referencia sectorial la tendencia general estatal a este respecto de acuerdo con los datos del INE, que evidencian que tras los años de la crisis de 2008 en los que se produjo una fuerte caída de la inversión en innovación y desarrollo, se inicia un periodo en el último quinquenio de moderado crecimiento del gasto en I+D+I.

Esta gran volatilidad, que en general es innata de la inversión en investigación y desarrollo, es todavía más pronunciada en el sector del transporte. Esta irregularidad en la inversión castiga el rendimiento de la I+D, por lo que para el sector sería positivo una mayor constancia y compromiso a largo plazo.

A pesar de los escasos recursos dedicados, la inversión en I+D resulta relativamente prolífica y eficaz. Las patentes solicitadas por euro invertido en el sector del transporte están muy por encima de la media del conjunto de la economía. Sin embargo, el número de patentes ha descendido notablemente en los últimos años hasta las 131, dato que se repite por segundo año consecutivo y lejos del máximo histórico en 2013 de 253 patentes.

No obstante, el gasto en innovación en las empresas de transporte lleva dos años recuperándose en el sector, como muestra el siguiente gráfico. No obstante, si se analiza ponderando por el VAB, en 2016 fue de 0,83%, lejos aún del 3,50% de 2008 mientras que el conjunto de la economía registró en 2016 un 1,37% de gasto sobre el VAB, siendo este del 1,98% en 2008.

Gráfico 39. Gasto en actividades en el sector "Transporte y almacenamiento" y en el total de los sectores como porcentaje de su VAB. 2008-2016.



Fuente: INE. Encuesta sobre innovación tecnológica de las empresas y Contabilidad Nacional.

INFORMACIÓN INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍAS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Para el contexto específico de Canarias en las entrevistas realizadas se han aportado opiniones y reflexiones respecto a la situación actual y prospectiva de evolución de las tecnologías más relevantes en el sector.

Tecnologías más relevantes y predominantes en el sector. Prospectiva tecnológica.

Las empresas, expertos y agentes del sector consultados refieren a la importancia clave que la inversión en nuevas tecnologías y la transformación digital están teniendo en la evolución del sector de transporte y almacenamiento y ello desde diferentes dimensiones de aplicación de las TICS:

- Tecnologías enfocadas a mejorar producto (conocimientos y experiencias que permite conocer la estructura, propiedades y características funcionales de un producto). Impresión 3D, Robótica
 - Tecnología de enfocadas a la mejora de procesos: Tecnologías Blandas (“soft technology”). Se refiere a las innovaciones de tipo organizacional, administrativo y de comercialización como CRM. Tecnologías Duras (que se refiere a aspectos puramente técnicos de equipos, construcciones, procesos y materiales).
 - TICS y Transformación digital: Big data, Tecnología de almacenamiento automatización y digitalización de operaciones, CLOUD “Internet de las Cosas” o dispositivos conectados en la nube, Tecnologías de Ciberseguridad.
- Ejes del desarrollo de la digitalización en el sector

Podemos decir que el proceso de transformación digital en el sector de transporte se está desarrollando sobre la base de cuatro ejes estratégicos: Tecnología en la Nube, Tecnología Móvil, Internet de las Cosas y Redes Sociales, destacando en cada uno de ellos una serie de buenas prácticas y casos de éxito cuyo nexo común es la innovación.

- Tecnología en la Nube: productos y servicios digitales en torno al almacenado de datos en la nube. Las empresas consideran que el nivel de adaptación es moderadamente adecuado (3 sobre 5).
- Tecnologías móviles: referido al ecosistema constituido por los dispositivos móviles con conexión a Internet, así como todas las plataformas, servicios y aplicaciones asociadas a estos. Según las empresas encuestadas el nivel de adaptación es elevado (3,5 sobre 5). Dentro de este eje se puede considerar el Marketplace y plataformas de intermediación online con un nivel de adaptación de 3 sobre 5.
- Internet de las Cosas (IOT): el conjunto de dispositivos y objetos conectados a Internet con especial atención a su aplicación en domótica y sensorización. En opinión de las empresas este eje es el que presenta un nivel de adaptación más bajo (1 sobre 5).
- Redes sociales: las plataformas digitales a través de los cuales los usuarios participan colaboran, comparten e intercambian contenidos, bienes y servicios. Tampoco este eje de la transformación digital ha logrado un nivel de implantación y adaptación adecuado según las empresas con una valoración media de adaptación baja (2 sobre 5).

En particular en cuanto a las TICs se hace referencia a las siguientes:

- ▶ Big Data dado que el análisis masivo de datos facilita la hipersegmentación y la personalización de los servicios.
- ▶ Los análisis de Big data se están aplicando para analizar patrones de comportamiento cruzando información de planta, ambiente e históricos para optimizar operaciones en planta, más con una utilidad de análisis interna que orientada al cliente. La analítica de datos tradicional sí que es una realidad en el sector donde el dinamismo de los proyectos implica un control de costes y seguimiento cuantitativo muy inmediato y que facilite una toma de decisiones rápida y precisa.
- ▶ La robótica se intuye también como una de las próximas revoluciones.
- ▶ La robótica tiene la implantación como en cualquier otra industria, desde AVG a robots especializados para realizar tareas de reparación. Como capítulo especial en los drones, el campo de aplicación es muy amplio, facilitando operaciones que requieren tareas complejas para el ser humano como operaciones para el control de calidad y control de la seguridad. Las implicaciones normativas frenan su implantación.
- ▶ La Inteligencia Artificial ya está presente en las principales actividades empresariales. La inteligencia artificial va ligada a la implantación del Big Data en muchos casos, pero también tiene su aplicación potencial en los controles de calidad.
- ▶ La generalización de la realidad virtual y de la realidad aumentada.
- ▶ Las aplicaciones del Blockchain.
- ▶ La tecnología de Blockchain se está implantando en algunos escenarios como parte de las soluciones que dotan de trazabilidad y seguridad, sobre todo, en seguimiento de materiales o para certificar trabajos realizados.
- ▶ La Ciberseguridad se conoce como la seguridad de la tecnología de la información que engloba un gran número de técnicas y métodos para proteger nuestro sistema, así como otros dispositivos o las redes.

“La Ciberseguridad tiene especial relevancia en el sector dado que el escenario de un sector tradicional que se moderniza en poco tiempo provoca huecos de seguridad fácilmente aprovechables”.

Operador logístico Internacional-Marítimo

Las tecnologías están basadas en las mejoras de los sistemas de transporte y solo la grandes empresas pueden implementar y hacer uso de TIC.

“Las tecnologías están basadas en las mejoras en eficiencia, menor contaminantes, utilización de nuevos combustibles, conducción eficaz, vehículos eléctricos”.

Representante de la administración

“Actualmente se utilizan sistemas de localización vía satélite, GPS, sistemas informáticos, control de temperatura de los vehículos, control de la conducción va todo digitalizado mediante un tacógrafo digital. Las nuevas tecnologías están implantadas en el transporte al 100x100.”

Empresa sector transporte

“El sector no está muy preparado en las nuevas tecnologías, porque la mayoría son pequeñas empresas o transportistas autónomos y carecen de medios para tener algo más que simple ordenador personal, que eso sí, casi todos disponen de su PC y lo utilizan. A nivel de grandes tecnologías deberíamos irnos a empresas medias y grandes, pero solamente como base de vehículos y como sede de sus actividades. Ese tipo de empresas tienen medios telemáticos y ofimáticos, telefónicos de última generación y cada vez se van modernizando más.”

Organización empresarial

“En el transporte por carretera la mayor parte de las nuevas tecnologías van dirigidas al propio vehículo, gestión del tráfico, seguimiento y observación del conductor respecto al cumplimiento de los tiempos de conducción y descanso, así como a la consecución de una conducción eficiente, económica y sostenible.”

Experto sectorial

“Normalmente intentamos tener sistemas operativos eficientes, que tienen un coste elevado, por lo que no se puede renovar constantemente. Las mejoras se van capitalizando y las buenas prácticas, si algún centro prueba algún sistema operativo que da alguna productividad se capitaliza en el resto de las plantas. Son inversiones muy fuertes.”

Empresa sector transporte

Inversión de las empresas nuevas tecnologías aplicadas a procedimientos de gestión

En opinión de las empresas del sector consultadas, la incorporación de nuevas herramientas de gestión está ayudando a mejorar su competitividad. En los últimos años se ha extendido la informatización de los servicios, así como la utilización de tabletas, móviles y PDA. Sin embargo, estas innovaciones no son utilizadas por todas las empresas, existiendo un menor uso en las pymes y micropymes.

Las empresas de mayor tamaño suelen incorporar la herramienta SAP (Sistema, Applications and Products), sistema de información “online” que permite gestionar integradamente todas las áreas funcionales de la empresa. ERP – Enterprise Resource Planning, CRM – Gestión de Relaciones con Clientes. Incluyendo Portal del Cliente.

Se basa en la combinación de todas las actividades de negocio y procesos técnicos de la empresa en una solución informática simple, integrada y fiable. Asimismo, algunas han creado aplicaciones móviles propias para conocer en tiempo real el estado del reparto de las mercancías. Estas innovaciones debido a su coste están siendo las más complicadas de trasladar a las empresas de menor tamaño.

“Utilizamos una aplicación a medida como ERP que gestiona todas las dimensiones comerciales, económicas, control de rutas, etc., como herramienta integral”.

Empresa sector transporte

C. SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO:

La transformación del sector turístico a través del desarrollo e implementación de las nuevas tecnologías de la información es evidente. Se trata de un sector con una enorme y variada oferta y con una demanda potencial que se puede cuantificar en miles de personas que precisan de la existencia de grandes sistemas de intermediación, que antes eran de carácter físico pero que, con la llegada de Internet, han sufrido una transformación radical.

Esta revolución tecnológica ha transformado la manera en que las empresas se relacionan con sus clientes y ha desarrollado un alcance sin precedentes a nivel mundial. En el caso de Canarias el crecimiento turístico derivado de la demanda extranjera va intrínsecamente ligado al desarrollo de estas tecnologías e internet.

Acudiendo a los datos proporcionados por el Gobierno de Canarias sobre el análisis de los informes realizados sobre uso de TIC por Eurostat (Equipamiento y uso de TIC en los Hogares) podemos vislumbrar el uso que hacen tanto clientes como empresas turísticas de nuevas tecnologías de información.

Tabla 47. Equipamiento y uso de TIC en los hogares.

	ALOJAMIENTO DE VACACIONES	OTRAS GESTIONES DEL VIAJE	ALGUNA DE LAS ANTERIORES	% USUARIOS DE INTERNET ÚLTIMO AÑO
UE28	26,2	24,4	33,6	81,2
España	29,0	25,2	33,4	79,6
Alemania	33,9	25,5	40,4	88,8
Reino Unido	43,9	42,6	55,4	92,7
Canarias	19,5	21,6	n.d.	76,8

Fuente: EUROSTAT

El 33,6% de los europeos usaron internet para realizar alguna compra relacionado con viajes de vacaciones, España ofrece un registro similar. Por otro lado, los principales turistas que visitan las islas ofrecen unos niveles superiores de uso de internet para realizar compras tanto para alojamientos de vacaciones como para otras gestiones del viaje, concretamente, 40,4% en el caso de Reino Unido, y de un 55,4% en Alemania.

INFORMACIÓN INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍAS. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

En el marco de las entrevistas realizadas con empresas, expertos sectoriales, administración y otros agentes del sector se ha puesto de relieve de manera coincidente la alta dependencia de las tecnología aplicada a las actividades, servicios y comercialización del sector turístico.

- ▶ Las nuevas tecnologías están penetrando de manera importante e irreversible en todas las actividades relacionadas con el Turismo, y continuará en los próximos años de manera aún más importante.

“Los factores tecnológicos vienen condicionados por la transformación digital en las estrategias empresariales y en las estructuras operativas que se viene experimentando en los últimos años y ello es condición necesario para ser competitivas”

Empresa sector hostelería

- ▶ Desde el punto de vista empresarial, existe una brecha digital muy importante entre las grandes empresas, teniendo actualmente un mayor impacto en las empresas grandes, las tecnologías se irán incorporando poco a poco en empresas medianas y pequeñas de forma natural en el proceso de conversión digital y a la velocidad que el capital empresarial y la realidad del país le permita. No obstante, hay que tener en cuenta que la mayoría de las empresas que participan en el sector de hostelería y turismo son micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales no disponen de recursos de capital para realizar una conversión costosa a digital.
- ▶ De acuerdo con la evolución del turismo hacia experiencias 4.0, un turismo en el que aplicamos las nuevas tecnologías para hacer de nuestros viajes, de nuestras rutas o de nuestras visitas, algo mucho más inmersivo. Un modelo de turismo en el que utilizamos nuestros móviles u otras tecnologías para disfrutar más y mejor de nuestra experiencia. Por tanto la tendencia se sitúa hacia el desarrollo de un turismo inteligente, donde se conecten los consumidores y empresas turísticas a través de plataformas tecnológicas, todo ello a través del desarrollo de Destinos Inteligentes, dando una especial importancia al territorio.

La digitalización en las actividades del sector turístico ha sido en los últimos años la principal estrategia de competitividad que han seguido las empresas, se ha producido un cambio en los últimos años en los servicios orientados al turista, expresado en los siguientes hechos:

- ▶ Los servicios: innovación en la variedad de actividades y ofertas turísticas, cambio del “todo incluido” a servicios más personalizados, exclusivos y diferenciados.

“La digitalización y la robotización está desempeñando ya, pero sobre todo está llamada a desempeñar un papel muy relevante en la dinámica de provisión de servicios en el sector que es una tendencia positiva por el potencial que tiene siempre que no se limite a generar procesos de estandarización de servicios sino mejora de la capacidad personalización y de adaptación de la oferta a las preferencias de grupos de población de turistas”.

Empresa sector hostelería

- ▶ La comercialización: basada en las nuevas plataformas de internet, sistemas GDS. Las empresas en el país participan activamente en distintas plataformas de reservas, venta y comercialización. También mantienen información actualizada y publicaciones de experiencias en las redes sociales, herramienta de promoción de los servicios.
- ▶ La tecnificación: se produce un cambio en las empresas hacia entornos digitales, lo cual es favorable a la competitividad y el servicio. En las empresas más pequeñas con bajo capital el proceso es más lento, iniciando con el uso de las aplicaciones gratuitas en la web para el manejo de redes sociales, las cuales apoyan la comunicación de la experiencia del servicio. En las pymes hay menor uso de sistemas de reservas electrónicos y de procesos de control sistematizados. En las empresas medianas y grandes, que disponen del capital para invertir en tecnología, cuentan con una mayor conversión hacia entornos digitales en sistemas de reservas, aprovechamiento de información de redes sociales,

sistema de manejo de inventario, sistema contable y de reportes, sistema de manejo de menú y reservas en restaurantes, equipos de cocinas inteligentes, entre otros sistemas.

“Se trata de un sector muy dependiente de la tecnología en temas de inteligencia artificial, realidad virtual, realidad aumentada...hay una oportunidad para cambiar los procesos de producción y para mejorar la experiencia de los clientes”.

Experto sectorial

“Los factores tecnológicos vienen condicionados por la transformación digital en las estrategias empresariales y en las estructuras operativas que se viene experimentando en los últimos años y ello es condición necesario para ser competitivas”.

Empresa sector hostelería

4.3.4. Mercado laboral. Indicadores.

A. MERCADO LABORAL EN CANARIAS Y EN LOS SECTORES TRADICIONALES.

Para analizar la situación del mercado laboral en las Islas Canarias es conveniente también profundizar en los datos de coyuntura laboral de la comunidad. Para ello, basándonos en los datos proporcionados por OBECAN y la Confederación Canaria de Empresarios presentamos una tabla en la que se aprecian ciertos datos de coyuntura laboral a nivel de macro sectores:

Tabla 48. Coyuntura laboral canaria.

MERCADO LABORAL (TERCER TRIMESTRE DE 2019)							
AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL							
INDICADOR	GRAN CANARIA	LANZAROTE	FUERTEVENTURA	TENERIFE	LA PALMA	EL HIERRO	LA GOMERA
TOTAL	329.983	57.571	40.639	351.033	23.201	2.716	5.552
Variación interanual	0,7	1,5	-3,9	1,8	2,5	3,3	-3,2
Paro Registrado							
Agricultura	1.763	89	131	1.730	426	59	429
Industria	3.620	318	252	3.658	276	33	38
Construcción	8.680	927	782	9.140	848	86	215
Servicios	65.924	9.584	7.887	68.520	5.580	544	1.060

Sin empleo anterior	8.007	648	438	8.142	882	92	85
TOTAL	87.994	11.566	9.490	91.190	8.012	814	1.827
Variación interanual							
Agricultura	-9,6	-8,2	29,7	6,1	16,4	-27,2	108,3
Industria	-1,8	5	24,1	6,1	-14,3	10	-13,6
Construcción	-0,5	6,6	12,8	-1,4	-10,7	-8,5	41,4
Servicios	-1	5,4	9,1	1,5	-3,9	-18,6	10
Sin empleo anterior	-7,1	7,3	28,1	-1	-6,9	19,5	-3,4
TOTAL	-1,8	5,5	10,7	1,3	-4,5	-14,3	25,7

Fuente: OBECAN.

En la tabla anterior podemos apreciar que los sectores donde mayor afiliación a la seguridad social son el sector servicios y construcción; el primero con una clara diferencia con respecto al resto con 87.994 afiliados. Con ellos se puede afirmar que el macro-sector que contiene los sectores más importantes para el PIB canario (como hostelería y turismo) sigue siendo el que mayor trabajo produce.

También presentamos la información sobre tasas de paro e incidencia del género en el mercado laboral, para poder crearnos una imagen general de la situación del empleo en las Islas Canarias:

Tabla 49. Tasas de paro e incidencia de género.

INDICADOR	AÑO 2019			
	MILES	PENÚLTIMO DATO		ÚLTIMO DATO
MERCADO LABORAL	VARIACIÓN ANUAL EN %			
EPA. Activos	23.089	0,9	0,9	1
EPA. Ocupados	19.874	2,4	2,4	1,8
No agrarios	19.128	2,6	2,6	2
Asalariados	16.790	2,8	2,7	2,2
- Temporales	4.476	0,9	1	-0,7
- Indefinidos	12.314	3,5	3,3	3,3
EPA. Parados	3.214	-7,7	-7,4	-3,4
EPA. Tasa de paro	-	14,2	14	13,9
Varones	-	12,5	12,5	12,2
Mujeres	-	16,1	15,8	15,9
Jóvenes (16-24)	-	33,3	33,2	31,7
Var. anual en %				
Paro registrado	3.164	-4	-1,7	-1,2
Contratos registrados	1.740	1	-5,5	1,8
Afiliaciones Seg. Social	19.409	2,6	2,3	2

Fuente: ISTAC

Tabla 50. Tasa empleo, actividad y paro. España y Canarias.

	TASA DE EMPLEO	TASA ACTIVIDAD	TASA PARO
ESPAÑA	50,64%	58,74%	13,78%
CANARIAS	49,26%	60,65%	18,78%

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Tabla 51. Tasa de actividad, paro y empleo según sexo.

	2019 CUARTO TRIMESTRE		
	TASAS DE ACTIVIDAD	TASAS DE PARO	TASAS DE EMPLEO
AMBOS SEXOS	60,65%	18,78%	49,26%
Hombres	65,65%	17,47%	54,18%
Mujeres	55,80%	20,27%	44,48%

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

MERCADO LABORAL SECTOR COMERCIO

A continuación, se presentan una serie de datos de caracterización del mercado laboral del sector comercio.

Tabla 52. Contratos de trabajo del sector Comercio minorista por Comunidades Autónomas.

CONTRATOS DE TRABAJO DEL SECTOR COMERCIO MINORISTA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS				
COMUNIDADES AUTÓNOMAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	% SOBRE EL TOTAL
Cataluña	88.180	148.576	236.756	18,01
Andalucía	86.860	148.470	235.330	17,9
Comunidad de Madrid	82.638	102.769	185.407	14,1
Comunidad Valenciana	45.410	80.750	126.160	9,59
Canarias	26.020	53.215	79.235	6,03
País Vasco	21.708	55.588	77.296	5,88
Galicia	20.270	55.825	76.095	5,79
Castilla y León	15.186	37.242	52.428	3,99
Islas Baleares	13.783	29.107	42.890	3,26
Región de Murcia	13.855	25.753	39.608	3,01
Aragón	11.333	22.634	33.967	2,58
Castilla-La Mancha	12.565	20.744	33.309	2,53
Principado de Asturias	6.912	19.051	25.963	1,97
Extremadura	7.888	14.379	22.267	1,69
Cantabria	5.670	12.819	18.489	1,41
Comunidad Foral Navarra	5.070	13.332	18.402	1,4
La Rioja	1.832	5.822	7.654	0,58
Ceuta	653	1.171	1.824	0,14
Melilla	806	971	1.777	0,14
Zona extranjera	37	44	81	0,01
Total	466.676	848.262	1.314.938	100

Fuente: INE

Como vemos en la tabla anterior observamos como Canarias se encuentra entre las 5 primeras comunidades autónomas que más contratación tienen en el sector de comercio minorista

Como vimos anteriormente el crecimiento canario en el año 2018 fue de un 2,5%, lo cual se explica por una aportación menor a los sectores agregados de comercio, hostelería y transporte, los tres sectores objeto de este estudio.

MERCADO LABORAL SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Debemos indicar que no se dispone de información concreta del mercado laboral de las actividades de transporte y almacenamiento puesto que los datos que publica el ISTAC se presentan de forma global para las ramas agrupadas del comercio, transporte y almacenamiento y la hostelería que ocupaban en su conjunto en 2019 a 415.000 trabajadores en Canarias.

MERCADO LABORAL SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Según los datos analizados de Exceltur e INE se constata que la actividad turística directa e indirecta en Canarias en el año 2018 ascendió a 16.099 millones de euros, elevando al 35,0% la contribución del turismo al total de la economía de las Islas Canarias (46.029 millones de euros, según la Contabilidad Regional del INE).

La participación del empleo turístico sobre el total de empleos de la comunidad (851.400 personas, según la CRE del INE) fue del 40,4% en el ejercicio 2018.

La información pormenorizada que proporciona Exceltur Canarias 2018 sobre los empleos turísticos por ramas de actividad evidencia que el número de empleos generados en las ramas características del turismo en 2018 asciende a 187.105, con elevada presencia de los empleos generados en establecimientos de alojamiento (64.519) y empresas y servicios de restauración (52.565). El volumen de empleo vinculado al turismo en otras ramas de actividad de naturaleza no turística se elevaba a 156.784 puestos de trabajo. La demanda de servicios turísticos en la comunidad genera 54.590 empleos en el sector del comercio minorista, 5.232 en la construcción y 28.171 en las distintas ramas de servicios a empresas.

La Cuenta Satélite del INE contiene una representación sistemática, comparable y completa de la actividad turística adaptada, en la medida de lo posible, a los conceptos, definiciones y clasificaciones que figuran en el manual de la Cuenta Satélite del Turismo elaborado por la Organización Mundial del Turismo.

Tabla 53. Puestos de trabajo en el sector turismo por ramas de actividad

PUESTOS DE TRABAJO EN EL SECTOR TURISMO POR RAMAS DE ACTIVIDAD.						
ACTIVIDADES	TOTALES	ASALARIADOS	NO ASALARIADOS	EQUIVAL. A TIEMPO COMPLETO	EQUIVAL. A TIEMPO COMPLETO: ASALAR.	EQUIVAL. A TIEMPO COMPLETO: NO ASAL.
Hoteles y similares	346,5	326,9	19,6	319,7	302,5	17,2
Actividades de alquiler inmobiliario	237,1	177,5	59,6	216,5	161,6	54,9
Restaurantes y similares	1.163,5	837,9	325,6	1.011,6	718,5	293,1
Transporte de viajeros por carretera	188,8	129,2	59,6	175,6	124,7	50,9
Transporte por ferrocarril	18,1	18,1	0	17,8	17,8	0
Transporte marítimo	3,4	3,4	0	3,3	3,3	0
Transporte aéreo	38,3	38,3	0	36,6	36,6	0
Agencias de viaje	62,7	56,9	5,8	57,8	53,4	4,4
Anexos al transporte	205,2	195,8	9,4	195,5	186,4	9,1
Alquiler de vehículos	24,6	21,4	3,2	22,7	20,1	2,6
Actividades culturales, recreativas y deportivas de mercado	397,6	345,8	51,8	335,8	298,9	36,9
Actividades culturales, recreativas y deportivas de no mercado	146,2	146,2	0	137,3	137,3	0
TOTAL, ramas de actividad características del turismo	2.832,0	2297,4	534,6	2530,2	2061,1	469,1
TOTAL, Economía	21.585,1	18.582,6	3.002,5	19.089,5	16.515,8	2.573,7

Fuente: Cuenta satélite INE (datos en miles de unidades)

La tasa salarial del sector es especialmente elevada. Prácticamente el 86% de la fuerza de trabajo es asalariada. La estabilidad del empleo, en términos de peso estadístico de la contratación indefinida ha mejorado y las mujeres constituyen la mayoría del sector.

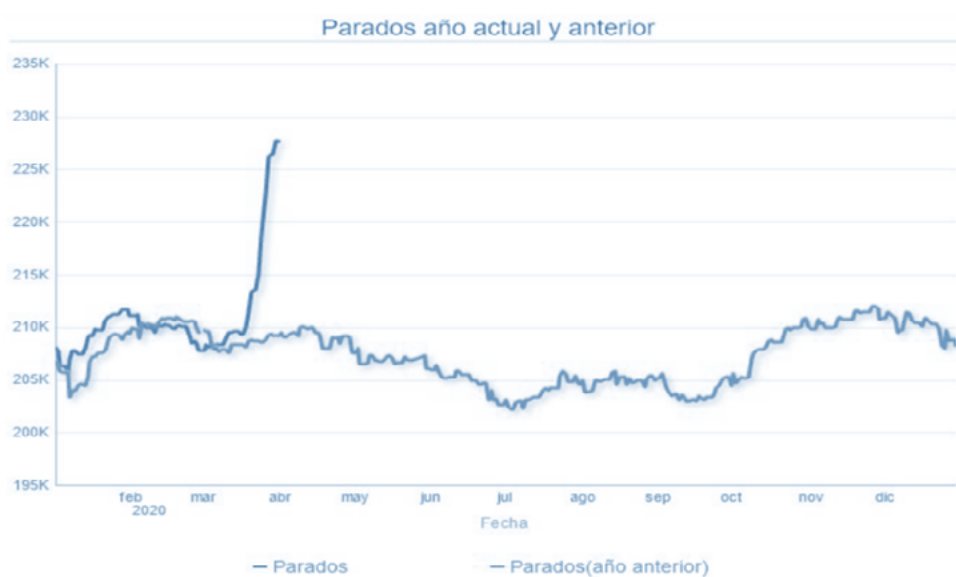
Asimismo, aunque los datos infravaloran el fenómeno, la externalización del empleo es tendencia con cada vez más en ocupaciones y servicios provistos no por plantillas internas de los establecimientos del sector, sino por ETTs, autónomos y empresas auxiliares, especialmente en actividades de limpieza, servicios, y otras actividades propias del sector. Asimismo, hay que hacer mención del papel cada vez mayor de las ETTs en la gestión de la fuerza de trabajo del sector turístico, algunas de ellas con un alto grado de especialización en este sector.

B. IMPACTO DE LA CRISIS DEL COVID-19 EN EL EMPLEO EN CANARIAS

A continuación, se presentan los datos obtenidos de OBECAN en su informe de paro y contratos mensual de marzo de 2020, realizado en base a los efectos de la crisis sanitaria y que evidencia el crecimiento del desempleo y los datos sobre ERTES en Canarias resultante del Covid-19.

El número de personas desempleadas creció un 9,53 % respecto al mes de febrero de 2020, y un 8,79% más que las mismas fechas del año pasado.

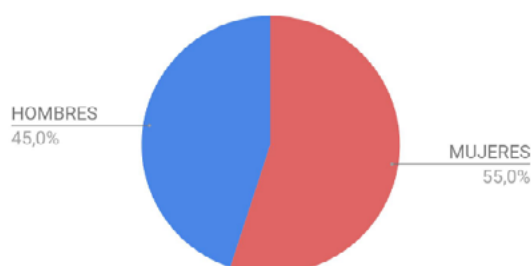
Gráfico 40. Parados año actual y anterior.



Fuente: OBECAN

La distribución por sexos nos indica que aumenta de manera distinta entre mujeres y hombres, siendo un 8,20% superior en mujeres y un 11,19% en hombres. En relación con el 2019, en las mujeres incrementa un 6,43% y un 11,83%.

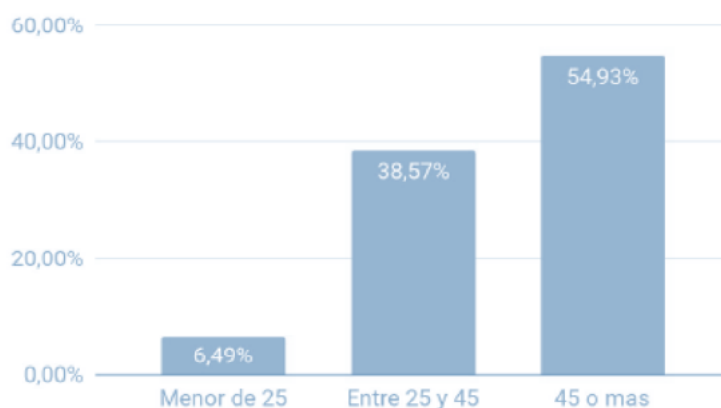
Gráfico 41. Distribución de parados por sexos.



Fuente: OBECAN

Atendiendo a los grupos de edad durante el mes de marzo, incrementó la tasa de paro en todos los grupos, siendo el grupo más castigado el de 45 años o más, como se observa en la siguiente gráfica:

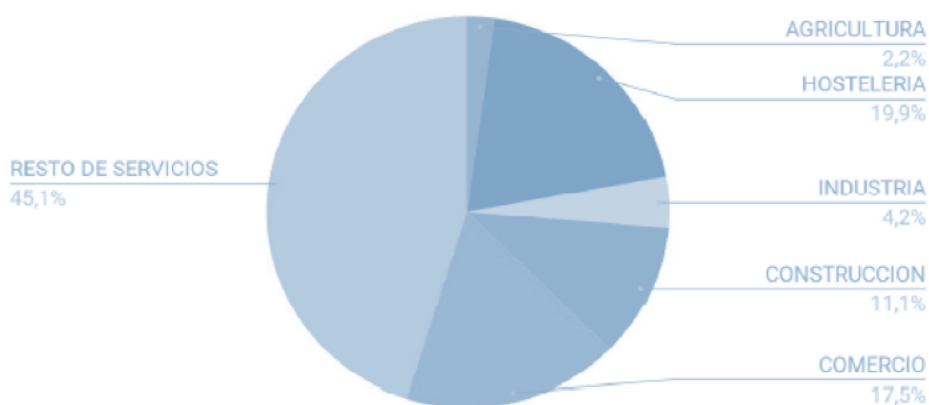
Gráfico 42. Tasa de paro por grupos de edad.



Fuente: OBECAN

Es importante señalar el efecto que esta crisis está teniendo en los grandes sectores económicos a nivel de Canarias. Según los datos de OBECAN observamos que el paro aumenta en todos los sectores, siendo el de los servicios, hostelería y comercio los más afectados:

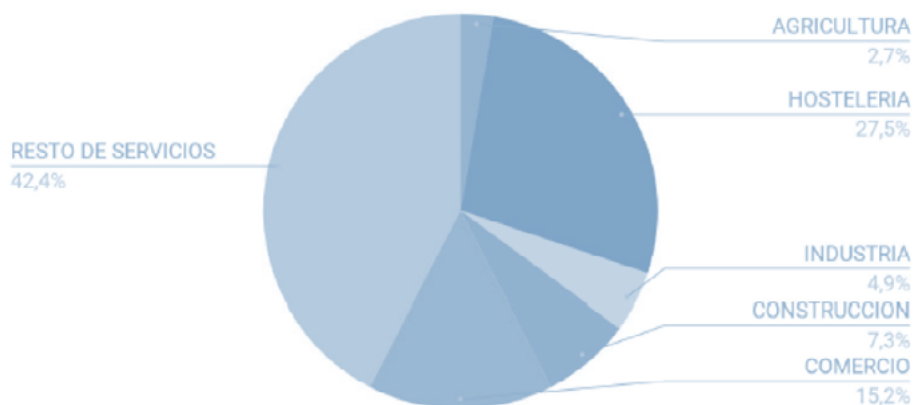
Gráfico 43. Nivel de paro por sectores.



Fuente: OBECAN

También en cuanto a la contratación por sectores económicos, en el último mes, ha disminuido notablemente, destacando una vez más el sector de la Hostelería que se mantiene, como sector individual como el que tiene mayor porcentaje de contratación con un 27,5%, como se observa en la siguiente gráfica:

Gráfico 44. Distribución de la contratación por sectores respecto al total.

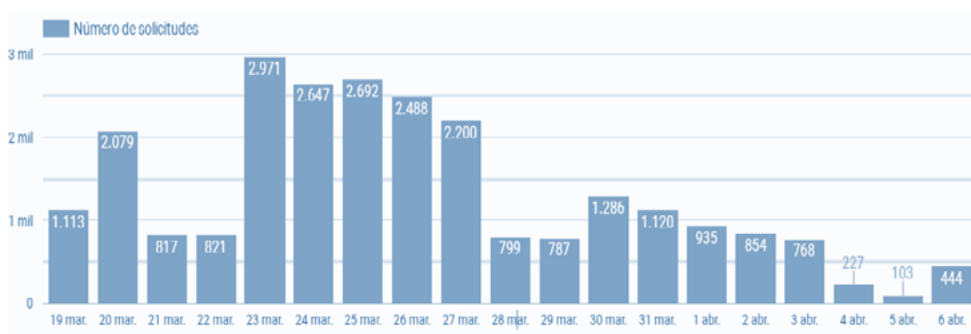


Fuente: OBECAN

Por último, debemos señalar, lo que, en el último mes, ha sido una de las prácticas más habituales entre las empresas, y es el recurrir a la suspensión temporal mediante ERTES.

Según datos de OBECAN el número de solicitudes es de 25.153 en todas las Islas Canarias, con más de 190.688 trabajadores afectados. En la siguiente gráfica vemos la progresión de las solicitudes de manera cronológica.

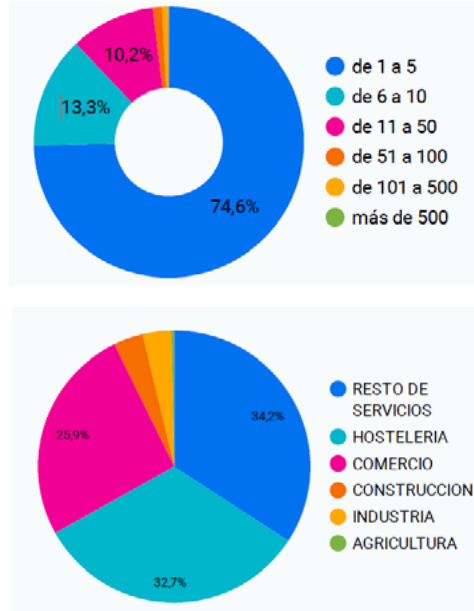
Gráfico 45. Número de solicitudes de empleo. Canarias.



Fuente: OBECAN

El 74,6% de las empresas que han recurrido a esta modalidad de suspensión, son empresas de entre 1 y 5 trabajadores, destacando también los sectores de servicios, hostelería y comercio, con más del 90% de las empresas solicitantes (92,8% exactamente), como vemos en las siguientes gráficas:

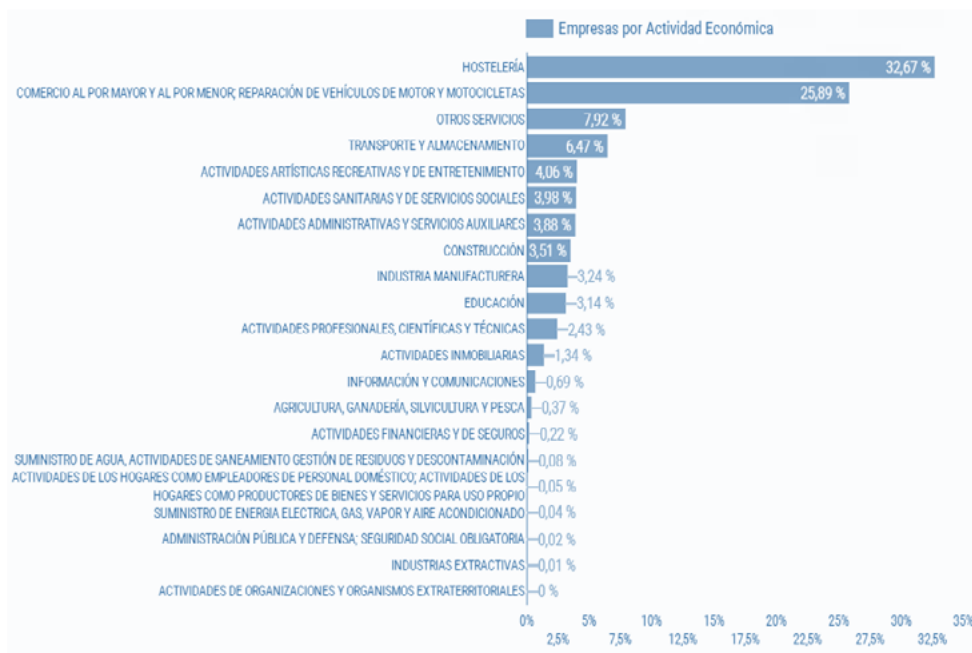
Gráfico 46. ERTES demandados en Canarias.



Fuente: OBECAN

Nuevamente, y para finalizar, obtenemos el siguiente gráfico mediante los datos ofrecidos por OBECAN, en el que se observa la demanda de ERTES según actividad económica de la empresa, destacando, una vez más los sectores de comercio, hostelería y servicios:

Gráfico 47. Empresas por actividad económica- ERTES.



Fuente: OBECAN

PARO POR ISLAS Y SECTORES

Si desagregamos los datos para cada una de las islas, y comparamos los datos de marzo con los del mes de febrero, se observa un aumento en todas las islas, excepto en el Hierro donde se reduce en un 2,2% y en La Gomera en un 0,80%.

En cuanto a la variación interanual aumenta el paro en todas las islas, excepto en el Hierro donde se reduce un 4,3%:

Tabla 54. Resumen de los parados en el mes de marzo Canarias.

ISLA	marzo 2020	% SOBRE EL TOTAL	VARIACIÓN MENSUAL	VARIACIÓN MENSUAL (%)	febrero 2020	VARIACIÓN N ANUAL	VARIACIÓN ANUAL (%)	marzo 2019
EL HIERRO	792	0,35%	-18	-2,22%	810	-36	-4,35%	828
FUERTEVENTURA	11.061	4,86%	1.502	15,71%	9.559	1.851	20,10%	9.210
GRAN CANARIA	93.333	41,00%	6.306	7,25%	87.027	4.179	4,69%	89.154
LA GOMERA	1.619	0,71%	-13	-0,80%	1.632	257	18,87%	1.362
LA PALMA	8.486	3,73%	592	7,50%	7.894	308	3,77%	8.178
LANZAROTE	12.713	5,58%	1.506	13,44%	11.207	1.473	13,10%	11.240
TENERIFE	99.630	43,77%	9.922	11,06%	89.708	10.367	11,61%	89.263

Fuente: ISTAC

Además, se presenta la tabla con los datos absolutos de paro dividido por sectores en las Islas Canarias, extraída directamente del último informe sobre paro en las islas (ISTAC). En ella podemos observar, nuevamente que el sector más afectado es el sector servicios:

Tabla 55. Resumen de los parados en el mes de marzo. Sectores.

SECTOR ECONÓMICO	marzo 2020	% SOBRE EL TOTAL	VARIACIÓN MENSUAL	VARIACIÓN MENSUAL (%)	febrero 2020	VARIACIÓN N ANUAL	VARIACIÓN ANUAL (%)	marzo 2019
AGRICULTURA	4.622	2,03%	95	2,10%	4.527	7	0,15%	4.615
HOSTELERÍA	42.244	18,56%	7.229	20,65%	35.015	5.724	15,67%	36.520
INDUSTRIA	8.861	3,89%	579	6,99%	8.282	902	11,33%	7.959
CONSTRUCCIÓN	23.433	10,29%	2.392	11,37%	21.041	2.397	11,39%	21.036
COMERCIO	37.045	16,27%	2.850	8,33%	34.195	2.033	5,81%	35.012
RESTO DE SERVICIOS	95.547	41,97%	6.530	7,34%	89.017	8.918	10,29%	86.629
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	20.184		-27	-0,13%	20.211	1.290	6,83%	18.894
Servicios a edificios y actividades de jardinería	10.590		332	3,24%	10.258	520	5,16%	10.070
Actividades relacionadas con el empleo	9.189		1.826	24,80%	7.363	1.584	20,83%	7.605
SIN ACTIVIDAD ECONÓMICA	15.882		122	0,77%	15.760	-1.582	-9,06%	17.464
TOTAL PARADOS SECTOR	227.634		19.797		207.837	18.399		209.235

Fuente: ISTAC

CONTRATACIÓN EN LAS ISLAS CANARIAS

Si observamos los datos de contratación en conjunción con los de afiliación a la Seguridad Social, observamos una clara caída en picado de los datos, como es obvio, por los efectos de la crisis sanitaria. A continuación, presentamos dos tablas con los datos brutos de ambos indicadores.

Tabla 56. Contratación y afiliación a la Seguridad Social.

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	TOTAL	VARIACIÓN			
		MENSUAL		ANUAL	
		ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA
ANDALUCÍA	3.084.718	-54.098	-1,72%	-27.984	-0,90%
ARAGÓN	567.875	-7.710	-1,34%	-936	-0,16%
PRINCIPADO DE ASTURIAS	359.525	-3.499	-0,96%	-2.026	-0,56%
ILLES BALEARS	451.696	10.028	2,27%	-6.323	-1,38%
CANARIAS	798.177	-19.964	-2,44%	-11.063	-1,37%
CANTABRIA	214.267	-2.111	-0,98%	618	0,29%
CASTILLA Y LEÓN	905.998	-8.826	-0,96%	-4.400	-0,48%
CASTILLA-LA MANCHA	694.046	-10.730	-1,52%	-4.189	-0,60%
CATALUÑA	3.399.788	-41.015	-1,19%	-10.719	-0,31%
COM. VALENCIANA	1.897.051	-27.741	-1,44%	5.536	0,29%
EXTREMADURA	383.337	-4.326	-1,12%	-7.328	-1,88%
GALICIA	1.002.624	-9.730	-0,96%	-1.781	-0,18%
COM. DE MADRID	3.226.991	-52.065	-1,59%	17.767	0,55%
REGIÓN DE MURCIA	590.724	-1.987	-0,34%	6.140	1,05%
COM. FORAL DE NAVARRA	286.957	-1.859	-0,64%	3.412	1,20%
PAÍS VASCO	967.389	-5.764	-0,59%	7.113	0,74%
LARIOJA	128.236	-1.748	-1,35%	-385	-0,30%
CEUTA	22.962	-245	-1,06%	-65	-0,28%
MELILLA	24.400	-81	-0,33%	-205	-0,83%
TOTAL	19.006.760	-243.469	-1,26%	-36.817	-0,19%

Fuente:ISTAC

Tabla 57. Resumen de los contratos en el mes de marzo. Canarias.

RESUMEN DE LOS CONTRATOS EN EL MES DE MARZO 2020, CANARIAS								
	marzo 2020	% SOBRE EL TOTAL	VARIACIÓN MENSUAL	VARIACIÓN MENSUAL (%)	febrero 2020	VARIACIÓN ANUAL	VARIACIÓN ANUAL (%)	marzo 2019
TOTAL	46.170		-14.585	-24,01%	60.755	-19.744	-29,95%	65.914
SEXO								
MUJERES	22.174	48,03%	-7.697	-25,77%	29.871	-9.858	-30,78%	32.032
HOMBRES	23.996	51,97%	-6.888	-22,30%	30.884	-9.886	-29,18%	33.882
TOTAL CONTRATOS SEXO	46.170		-14.585		60.755	-19.744		65.914
EDAD								
Menor de 25	7.053	15,28%	-2.700	-27,68%	9.753	-4.177	-37,20%	11.230
Entre 25 y 45	26.355	57,08%	-8.101	-23,51%	34.456	-11.758	-30,85%	38.113
45 o más	12.762	27,64%	-3.784	-22,87%	16.546	-3.809	-22,99%	16.571
TOTAL CONTRATOS EDAD	46.170		-14.585		60.755	-19.744		65.914

Fuente: ISTAC

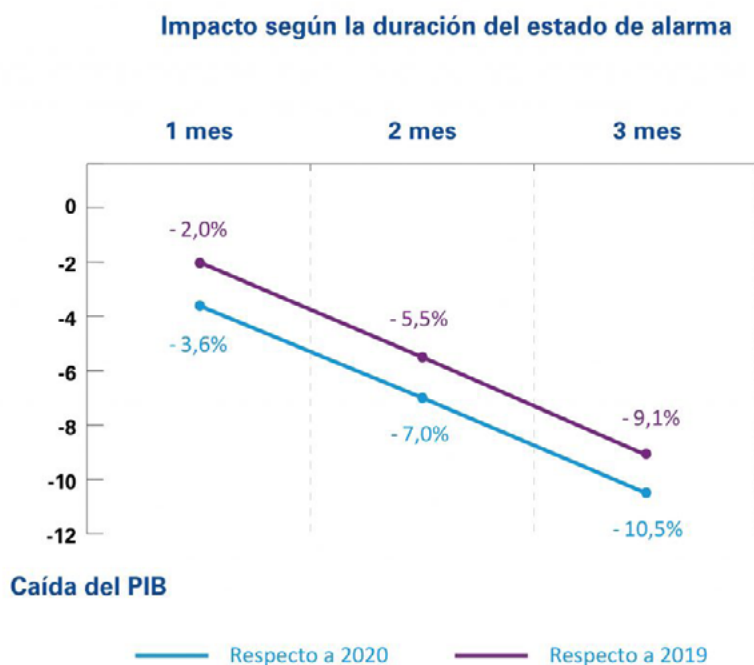
4.4. La prospectiva económico empresarial en los sectores tradicionales

4.4.1. Introducción. Nuevo escenario derivado del impacto de la crisis Covid-19

Cómo se afirma en el informe publicado recientemente por la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (Escenario Económico. Especial impacto Coronavirus 8 abril 2020): “Con la información disponible es complejo conocer el impacto del Covid-19 en la economía en cualquier ámbito de análisis (mundial, nacional o regional). Es una crisis que no tiene una causa concreta en el funcionamiento del mercado, tal y como ocurrió en la crisis de 2008 que tuvo su epicentro en el sistema financiero, sino que obedece a un problema de salud que no solo está afectando a la oferta o la capacidad de producción de la economía, sino también a la demanda de bienes y servicios considerados no esenciales”.

Por otra parte, la consultora KPMG señala que “En el caso de España, el fuerte peso que tiene en el PIB el sector servicios y la atomización de su tejido empresarial, representado en un 80% por pymes, suponen un reto añadido. Tras la declaración del estado de alarma, los expertos estiman que la actividad económica en España se mantendrá en el 60%. Continuará casi a pleno rendimiento en la administración pública (95%), la agricultura (90%), la construcción (80%) y en la informática y comunicaciones (75%), mientras que se verá muy mermada en los sectores más expuestos a las limitaciones sobre la movilidad de las personas y actividad empresarial incluidas en el estado de alarma. Así, el comercio, las inmobiliarias o las actividades de ocio reducirán su actividad al 30%”.

Gráfico 48. Impacto según la duración del estado de alarma.



Fuente: Informe El impacto económico del COVID-19, más allá de 2020 (KPMG marzo 2020)

PROYECCIONES A NIVEL MACROSECTORIAL

Si bien el impacto es “muy severo” y general en la economía española y por ende en Canarias, el impacto es desigual con una incidencia muy grave en aquellos sectores cuya actividad está más ligada a la movilidad y a la presencia física de trabajadores y consumidores, y por tanto más afectados por los cierres, como es el caso del comercio minorista, alojamientos, restaurantes, actividades culturales y deportivas, servicios personales, transporte de pasajeros (aéreo, carretera, marítimo, etc.).

De este modo a nivel macrosectorial, tomando como referencia el Barómetro de empresas realizado por la consultora Deloitte a nivel nacional, vemos como todos los sectores han sufrido una reducción en su producción y facturación, siendo los sectores que mayor reducción han sufrido el sector Servicios, Ocio, Energía y Recursos Naturales, Transporte y Construcción y Contratas. A continuación, presentamos los datos brutos:

Tabla 58. Barómetro de empresas.

Sectores	Incremento	Reducción	Igual
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	40	20	40
Banca y Finanzas	62	38	0
Bienes de Consumo	30	60	10
Construcción y Contratas	22	67	11
Distribución	44	56	0
Educación y Organismos Oficiales	14	43	43
Energía y Recursos Naturales	0	70	30
Fabricantes	25	61	14
Hostelería / Turismo	40	60	0
Inmobiliario	25	50	25
Sanidad y Farmacéuticas	50	33	17
Seguros	43	57	0
Servicios / Consultoría	10	70	20
Tecnología	29	57	14
Telecomunicaciones / Medios de Comunicación / Ocio	7	79	14
Transportes y Logística	33	67	0
Total Muestra	27	58	15

Fuente: DELOITTE

Otro informe elaborado por Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS) destaca que al finalizar el 2020 se habrá producido una contracción del 7% en el PIB; los ingresos por turismo “sufrirán una caída inédita” y los servicios de alojamientos y restaurantes serán los más afectados (Covid 19: Impacto económico y Social. Abril 2020. FUNCAS)

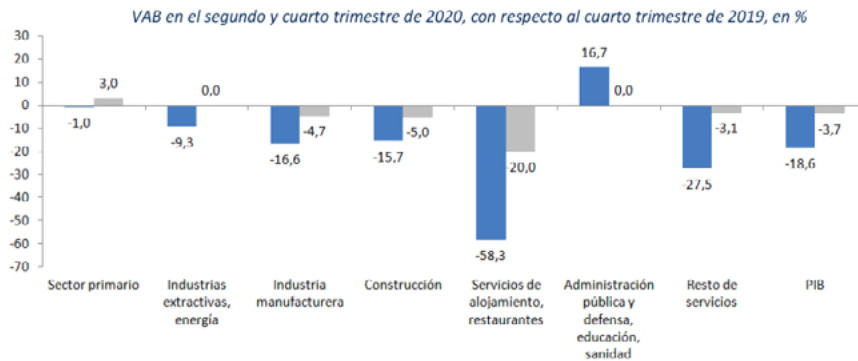
Las previsiones de FUNCAS se fundamentan en el “doble shock de oferta y demanda” provocado por la pandemia de coronavirus y las medidas de confinamiento impuestas, lo que se suma al hundimiento de los intercambios comerciales internacionales.

Según este informe elaborado con previsiones bajo el supuesto de un confinamiento que se prolongaría hasta mediados de mayo y con una salida mucho más gradual de lo proyectado inicialmente, lo cual “perjudicaría especialmente a los sectores más dependientes de la movilidad”.

En consecuencia, “la economía podría experimentar una fuerte contracción durante la primera mitad del año, antes de rebotar a partir del tercer trimestre, a medida que las medidas de restricción de la actividad se van suavizando”, explican. Pero agregan que “pese al rebote”, la economía registraría una contracción del 7% para el conjunto de 2020

Se espera que “el shock de demanda sea severo”, ya que los hogares ajustarán su gasto en consumo, por las restricciones asociadas al confinamiento y por la erosión de su renta disponible, a lo que se suma “el incremento del ahorro de precaución, un fenómeno ya observado en la crisis de 2009”.

Gráfico 49. Variación de la actividad post-coronavirus, por sectores.



Fuente: FUNCAS.

IMPACTO EN EL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

En relación con el sector de turismo, motor de la economía nacional y en particular de Canarias, mencionar el último informe realizado por EXCELTUR en el que se presenta la realidad del sector de turismo, que también desarrollamos en el apartado de tendencias de los distintos sectores.

Según la encuesta realizada por EXCELTUR, la caída en el sector hotelero y turístico en general ha sido, desde el 1 de marzo, una caída que alcanzará casi un 100% a día 31 de marzo, cinco días después de la aplicación del cierre de alojamientos turísticos. (Informe impacto Covid 30 marzo 2020).

Es interesante observar las posibles proyecciones que se realizan desde este informe, en los que plantean escenarios como el de 4 meses de contención. En la siguiente tabla vemos como la primera columna hace referencia a la pérdida de actividad para cada comunidad autónoma; la segunda y la tercera son un desglose de los efectos directos e indirectos y la cuarta columna hace referencia a la caída porcentual del PIB turístico:

Tabla 59. Proyecciones por CC.AA.

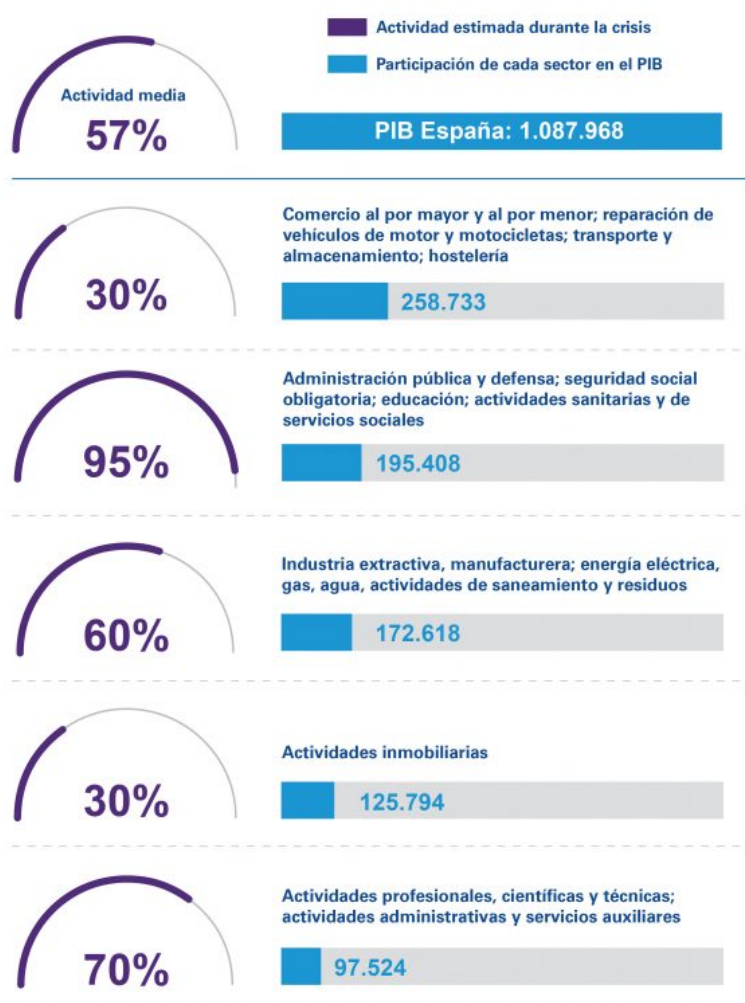
actualización 30/03/2020	Perdida de actividad económica sobre escenario central Exceltur (+1,5% vs 2019)			Pérdida de actividad turística respecto al 2019	
	PIB TOTAL	DIRECTOS	INDIRECTOS		
	Millones de euros			en %	
total de España	54733	39138	15595		-32,4%
datos por CCAA					
Andalucía	-8963	-6240	-2723		-32,5%
Baleares	-6076	-4464	-1612		-40,8%
Canarias	-4718	-3131	-1587		-25,9%
Cataluña	-10881	n.d.	n.d.		-34,0%
C. Valenciana	-6730	-5336	-1394		-33,6%
Comunidad Autónoma de Madrid	-6383	-4363	-2020		-27,9%
Resto de CCAA	-10981	n.d.	n.d.		-14,2%

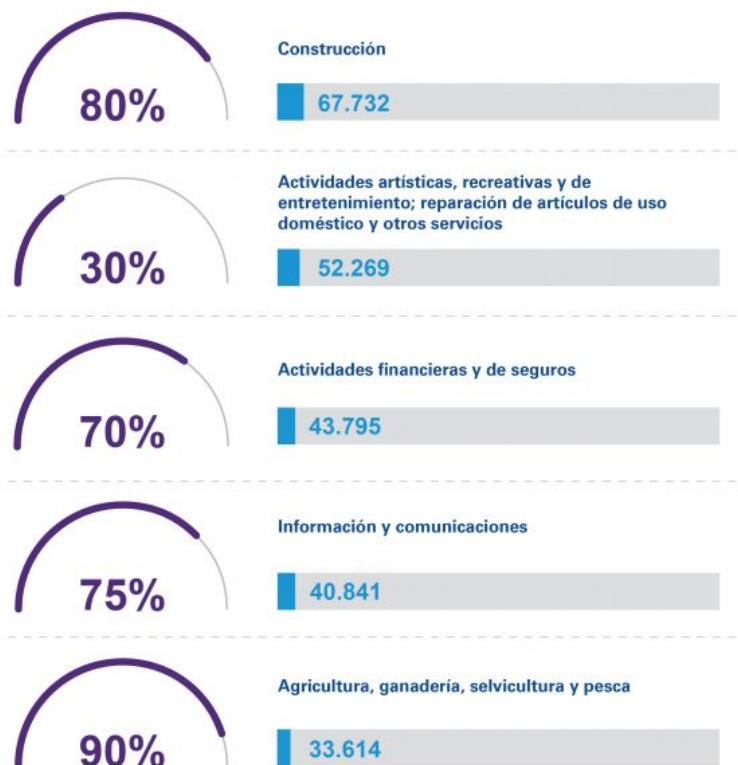
Fuente: EXCELTUR

Según las previsiones de la alianza Exceltur, el sector turístico en Canarias, entre la actividad directa e indirecta, sufrirá este año unas pérdidas de facturación que podrían alcanzar como mínimo los 4.718 millones de euros, lo que supondrá una caída de un 25,9 %, por el coronavirus. En este informe se presenta una caída dramática en la actividad turística en España, con un 98%. Estas cifras, si bien son comprensibles por la situación en la que nos encontramos, resultan verdaderamente preocupantes para el sector, sobre todo por la incertidumbre de la reactivación de este.

Es interesante analizar uno de los escenarios que se presentan, en el que se mide el impacto teniendo en cuenta una contención de la enfermedad de 4 meses, y una recuperación paulatina de la actividad turística, especialmente la extranjera. Esta tesis está en línea con las tesis de los organismos internacionales del sector de turismo y las principales casas de análisis españolas. La conclusión es que se prevé un impacto mucho mayor que con el SARS, abandonando la tesis de recuperación en forma de V, con una senda mucho más prolongada, de unos 6 meses a causa de la recesión económica que se va a producir, especialmente en Europa.

Gráfico 50. Actividad prevista en España durante el estado de alarma.





Fuente: Informe KPMG tendencias El impacto económico del COVID-19, más allá de 2020. 29 marzo 2020

En este sentido, en el contexto de Canarias el enorme peso de los sectores tradicionales objeto del presente estudio de Hostelería, Turismo, Comercio así como la fuerte vinculación y dependencia del transporte implica que serán los sectores más afectados por la crisis a corto y medio plazo, ya que serán los sectores con mayor retraso en la reactivación de la actividad y los que muestran una exposición mayor a los ciclos económicos, dada su correlación con la renta disponible; al mismo tiempo se trata de sectores muy fragmentado, compuestos por muchos pequeños negocios (más del 70% de los negocios corresponde a autónomos y empresas de menos de 3 empleados) y opera con márgenes de beneficios muy bajos.

Las previsiones económicas son claramente negativas para Canarias como para aquellos territorios con una estructura productiva muy dependiente del sector turístico y comercial. Según el Departamento de Estudios e Investigación de la empresa pública Turismo de Canarias “la llegada de turistas foráneos este año se situaría en torno a los tres millones de personas, con una caída del 80%, y se perderán más de 12.000 millones de facturación turística, (3.200 en el sector hotelero). El impacto de todo ello en el PIB canario sería una caída del 28%” (La Provincia, 9 de abril de 2020).

CONFIANZA EMPRESARIAL

La confianza de los empresarios de cara el segundo trimestre de este año ha disminuido un 26,9% respecto al primero, de forma que marca la mayor caída de la serie histórica que comienza en 2013. El Instituto Nacional de Estadística (INE) ha publicado el Índice de Confianza Empresarial Armonizado (ICEA), que se sitúa en el 95,5 en el segundo trimestre de 2020, también el valor más bajo del histórico. El INE señala que la recogida de la información para elaborar este indicador se ha llevado a cabo del 16 de marzo al 3 de abril, después de la declaración del estado de alarma por la pandemia del coronavirus.

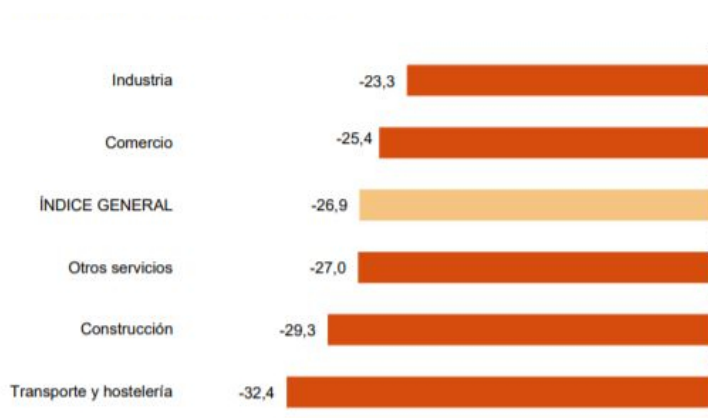
Por CCAA La confianza empresarial desciende en el segundo trimestre de 2020 respecto al trimestre anterior en todas las comunidades autónomas. **Los mayores descensos se producen en Cataluña (-30,2%), Baleares (-30,1%) y Canarias (-29,9%).**

Así, según los datos del INE, 3,1% de los gestores de establecimientos empresariales considera que la marcha de su negocio será favorable en el segundo trimestre de 2020, mientras que el 75,1% opina que será desfavorable. El 21,8% restante considera que será normal. La diferencia entre el porcentaje de respuestas favorables y desfavorables, denominada Balance de Expectativas, se sitúa en -72,0 puntos para el total de España, frente a los -5,9 del trimestre anterior.

Asimismo, el 10,2% de los directivos ha tenido una opinión favorable sobre la marcha de su negocio en el primer trimestre de 2020. Por su parte, el 46,5% ha opinado de forma desfavorable. La diferencia entre los porcentajes de respuestas favorables y desfavorables referidas al trimestre finalizado, denominada Balance de Situación, se sitúa en -36,3 puntos. Esta cifra empeora las expectativas manifestadas previamente para ese trimestre, que fueron de -5,9 puntos.

Los cinco sectores analizados en este índice disminuyen la confianza respecto al trimestre anterior. Transporte y hostelería (-32,4%) presenta el mayor descenso. Por su parte, Industria (-23,3%) registra la menor bajada. Entretanto, la construcción presenta un descenso del -29,3%, otros servicios del -27% y el comercio, -25,4%.

Gráfico 51. Índice general y por sectores de actividad.



Fuente: El Instituto Nacional de Estadística (INE). Índice de confianza empresarial. Marzo 2020

ESCENARIOS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL

A largo plazo, el futuro dependerá exclusivamente de las medidas que se tomen hoy en día. Según las palabras de Carlos Cuatrecasas (KPMG), “El impacto del coronavirus en la economía no solo afectará negativamente en el corto plazo a las empresas con una reducción parcial o total de su actividad, sino que cambiará el comportamiento de los consumidores y mercado a medio plazo, obligando a las empresas a reinventar sus productos y servicios adoptándolos a una nueva realidad, que comportará cambios profundos en las entidades que deben diseñar y planificar con urgencia para estar preparados”. (Informe tendencias Covid 19. marzo 2020)

Como se pone de manifiesto en el informe mencionado de KPMG “más allá de los efectos de la crisis en 2020, la pandemia de Covid-19 ha revelado vulnerabilidades en los sistemas de producción y el funcionamiento interno de las empresas que deberán abordarse con premura con el fin de que estén preparadas para afrontar episodios similares en el futuro.

En lo que respecta a la cadena de producción, ha quedado demostrado que la dependencia de proveedores únicos puede conllevar la paralización de todo el proceso de producción si la fuente de suministro falla. Por esa razón, es recomendable que las empresas comiencen a diversificar sus cadenas de suministro para reducir este riesgo.

Hasta el pasado 11 de marzo, más de la mitad de las compañías del país no disponían de un plan de contingencia para dar respuesta a situaciones de emergencia como la del Covid-19, lo que demuestra el grado de vulnerabilidad del tejido empresarial ante este tipo de crisis. En esos planes, soluciones como el teletrabajo y otras formas de trabajo no presencial deberán tener un papel destacado.”

Por ello todos los informes y estudios que avanzan proyecciones del impacto de la crisis del Covid-19 coinciden a la hora de concluir que el futuro depende de las medidas que se tomen ahora. Debemos tener en cuenta que estamos ante una situación temporal: aunque a corto plazo, el impacto será mayor que en la Gran Recesión, la pandemia no ha generado sobreendeudamiento, ni desequilibrios macroeconómicos, por lo que la recuperación debería ser más rápida. La velocidad con la que se manifieste esa recuperación vendrá determinada por la duración de la pandemia (conforme más tiempo dure, mayor será el impacto negativo sobre el PIB), así como por las medidas que se tomen para limitar su huella en los agentes económicos. (Informe La empresa española ante el Covid-19. KPMG. Abril 2020).

Finalmente queremos hacer mención del informe elaborado por la CEOE en el que se pone de relieve la necesidad de “acelerar la recuperación de los sectores más afectados durante la crisis. La prioridad de España tiene que ser acelerar la recuperación de los sectores más afectados por la crisis del Covid-19, por el alto peso en el PIB y el empleo que generan todos ellos. “(Estrategia España para la recuperación de la crisis del Covid-19. 4 mayo 2020).

En este sentido, se alude entre otro a los sectores objeto del presente estudio y se afirma que es crítico que recuperen la actividad y el empleo:

El sector turístico y de la hostelería. En el caso del turismo representa un 12,3% del PIB nacional y contribuye con 2,6 millones de empleos (53% mujeres vs. 46% total nacional; 22% jóvenes vs. 14% total nacional). Por su parte, la hostelería es un sector clave en España, y sus empresas son de reducido tamaño medio e intensivas en empleo, lo que las hace especialmente sensibles ante la caída de ingresos. Desde principios del mes de marzo la actividad se ha parado prácticamente

por completo en ambos sectores, reduciendo sus ingresos a cero, y se espera un impacto en la actividad en el 2020 de más del 60% en viajes y hoteles y superior al 45% en restauración frente al 2019.

Estimular el sector del transporte. El sector del transporte representa cerca del 4% del PIB nacional y contribuye con 800.000 empleos. Este sector contempla un abanico amplio de segmentos de actividad con afectaciones muy diversas, siendo especialmente importante el impacto en el segmento de pasajeros por su vinculación al turismo, así como su papel fundamental en los procesos logísticos para la industria, el comercio y la exportación.

Reactivar el consumo para acelerar la recuperación del comercio. El sector del comercio corresponde al 13% del PIB y emplea a 3,2 millones de personas, de las cuales 800.000 son autónomos. El impacto para el sector ha sido transversal y podría resultar en una caída media del 35-40% durante 2020.

4.4.2. Tendencias de evolución de la actividad en los sectores tradicionales.

Como se ha comentado en la introducción del presente informe la realización de los trabajos de recopilación de información de fuentes documentales y primarias (mediante encuestas y entrevistas a actores clave sectoriales) se ha realizado en el periodo anterior a la irrupción de la crisis del Covid-19 y, por tanto, supone una aproximación que podríamos denominar previa a la crisis; en concreto los trabajos de campo cuantitativos y cualitativos se han desarrollado en los meses de enero a marzo de 2020, de modo que los resultados y conclusiones reflejan una realidad y prospectiva de la dinámica empresarial y laboral que ha cambiado de forma sustancial a partir del inicio de la crisis sanitaria por lo que deben tomarse con las máximas cautelas.

Si bien estimamos que los análisis, recomendaciones y propuestas del estudio que han surgido de las aportaciones de los principales actores sectoriales van más allá de la coyuntura anterior a la crisis en las que estamos inmersos, ya que se fundamentan en una visión amplia, estructural y prospectiva del contexto global y canario, en el ámbito económico empresarial, la estructuración de los sectores tradicionales, los aspectos relevantes desde el ámbito del empleo (ocupaciones o puestos de trabajo), y el ámbito de la formación necesaria para acometer los retos y cambios de competencias que demandan los sectores en el actual contexto.

A. TENDENCIAS GLOBALES SECTORES TRADICIONALES. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA: ENCUESTA EMPRESAS

La encuesta realizada a una muestra de empresas de los sectores tradicionales (que se ha realizado como ya se ha indicado con anterioridad a la crisis del Covid-19) se ha recabado información prospectiva de los factores con mayor incidencia e impacto en la dinámica de evolución de la actividad económica-empresarial en los sectores clave de la economía canaria así como del tipo de cambios que se estiman a corto y medio plazo en los procesos productivos, organización del trabajo y su incidencia en el empleo y los perfiles profesionales en cada sector.

En este sentido, se muestran a continuación los resultados más significativos obtenidos a nivel global de la economía canaria de manera diferenciada para cada uno de los sectores objeto de estudio: Comercio, Transporte, Hostelería y Turismo.

IMPACTO DE LOS FACTORES QUE ESTÁN INCIDIENDO EN LA COMPETITIVIDAD Y CONTEXTO DE EVOLUCIÓN DE LOS SECTORES TRADICIONALES

En primer lugar, se ha solicitado la valoración del nivel de impacto de los factores que están incidiendo en la competitividad o contexto actual del sector, de acuerdo a la siguiente escala de valoración:

- ▶ 1 ningún impacto
- ▶ 2 bajo impacto
- ▶ 3 impacto medio
- ▶ 4 impacto alto
- ▶ 5 impacto muy alto

Los resultados a nivel global de los sectores tradicionales en Canarias son los siguientes:

Tabla 60. Valoración del impacto sobre competitividad.

Valoración de Impacto sobre competitividad	CANARIAS				
	1	2	3	4	5
Factores de Mercado	2,90%	7,25%	15,22%	18,12%	56,52%
Contexto económico nacional e internacional	2,90%	7,25%	15,94%	25,36%	48,55%
Factores económicos (costes, productividad)	2,90%	9,42%	20,29%	20,29%	47,10%
Tecnológicos (internos / externos).	10,14%	18,12%	24,64%	15,22%	31,88%
Cambios Normativos (incluyendo Certificaciones)	6,57%	15,33%	24,82%	13,14%	40,15%
Impacto de Objetivos de desarrollo sostenible	10,14%	13,77%	23,19%	15,22%	37,68%

Fuente: Elaboración propia

Más del 56% de las empresas de los sectores tradicionales consideran que los factores de mercado tienen un impacto muy alto en la dinámica de actividad y un 18,2% un impacto alto.

En los mismos porcentajes se sitúa el impacto provocado por el contexto económico a nivel nacional e internacional lo que pone de relieve el elevado nivel de exposición de los sectores clave de la economía canaria (Comercio, Hostelería y Turismo y Transporte) a la coyuntura económica.

Los factores económicos (costes, productividad, etc.) también tienen un impacto muy fuerte en la actividad ya que más del 68% de las empresas de los sectores tradicionales le atribuye un impacto alto o muy alto y un 20,29% un impacto medio.

Los factores tecnológicos tienen un impacto importante, pero se mueven en valores relativamente más bajos con un 55% de empresas que de manera agregada lo considera alto o muy alto, pero también casi un 20% estima que tiene un bajo impacto.

Los factores ligados a la regulación normativa que afecta a la actividad de los sectores también tienen una alta incidencia según la opinión de las empresas ya que un 53% afirma que es alto o muy alto y casi un 25% atribuye un nivel de impacto medio.

Se observa que, si bien no en los valores todavía de máxima incidencia, la agenda de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) empieza a tener una valoración significativa por parte de las empresas canarias ya que un 53% de empresas considera que tiene un impacto alto o muy alto en la actividad económica y empresarial y más de un 23% estima un impacto medio, lo que viene a evidenciar que los ODS ya forman parte de la escala de valores de la cultura empresarial en Canarias con peso creciente.

Finalmente, si se observan los resultados según la media de las valoraciones que se han atribuido por las empresas en las que se visualiza las elevadas valoraciones de todos los factores.

Gráfico 52. Valoración del impacto de factores sobre la competitividad.



Fuente: Elaboración propia

PROSPECTIVA A NIVEL GLOBAL SECTORES TRADICIONALES.

En la encuesta realizada a la muestra de empresas se ha tratado de recabar una visión prospectiva a nivel productivo, organizativo, tecnológico y de mercado por parte de las empresas en cada sector, con el fin de obtener una recopilación sistemática de información sobre el futuro y un insumo para el proceso de elaboración de una visión a corto (1 a 3 años) y medio plazo (3 a 5 años) que apunte a identificar oportunidades y áreas de vulnerabilidad para colaborar con la toma de decisiones en el presente a nivel sectorial.

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos en esta prospectiva:

- **Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados:**

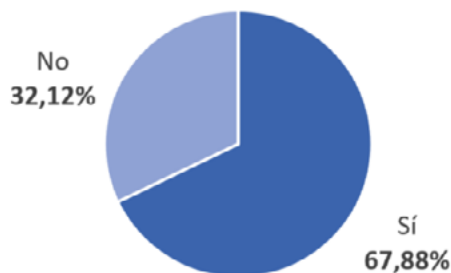
Tabla 61. Se han implantado/implantarán nuevos mercados. 1-3 años. 3-5 años.

CANARIAS	Sí	No
Se han implantado/implantarán nuevos mercados (1 a 3 años)	67,88%	32,12%
Se han implantado/implantarán nuevos mercados (3 a 5 años)	55,47%	44,53%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 53. Se han implantado/implantarán nuevos mercados. 1-3 años.

Se han implantado/implantarán nuevos mercados
(1 a 3 años). Canarias



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 54. Se han implantado/implantarán nuevos mercados. 3-5 años.

Se han implantado/implantarán nuevos mercados
(3 a 5 años). Canarias



Fuente: Elaboración propia

Como muestran los gráficos un porcentaje mayoritario de las empresas canarias de los sectores tradicionales consultadas (casi el 68%) afirman que se han implantado o se implantarán a corto plazo (1 a 3 años) en nuevos mercados y un 55,47% entiende que esta implantación se producirá en un escenario a medio plazo (3 a 5 años) lo que evidencia el dinamismo empresarial y expectativas de crecimiento de la actividad que el tejido empresarial canario vislumbraba obviamente con anterioridad a la irrupción de la crisis del Covid-19. En cualquier caso, el reto para la sociedad y las empresas canarias radica en retomar en el medio plazo esta senda de dinamismo económico y empresarial.

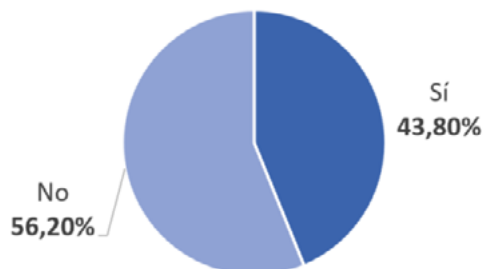
► **Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes:**

Tabla 62. Se ofrecen/ofreecerán nuevos productos o servicios. 1-3 años. 3-5 años.

CANARIAS	Sí	No
Se ofrecen/ofreecerán nuevos productos y/o servicios a los clientes (1 a 3 años)	43,80%	56,20%
Se ofrecen/ofreecerán nuevos productos y/o servicios a los clientes (3 a 5 años)	43,07%	56,93%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 55. Se ofrecen/ofreecerán nuevos productos o servicios (1-3 años).



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 56. Se ofrecen/ofreecerán nuevos productos o servicios (3-5 años).Canarias.



Fuente: Elaboración propia

Los resultados respecto a la renovación y diversificación de los productos o servicios que desarrollan los sectores tradicionales también muestran un impulso significativo, aunque en posiciones más moderadas en torno al 43% de empresas que sí piensan diversificar su gama de productos y servicios tanto a corto como medio plazo, frente a una 56% que estima que va a ofrecer nuevos productos y/o servicios.

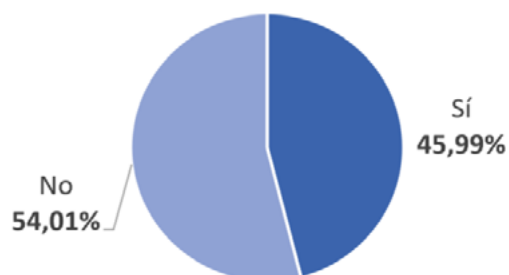
- ▶ **Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías:**

Tabla 63. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. 1-3 años. 3-5 años.

CANARIAS	Sí	No
Se han introducido/introducirán nuevas tecnologías (1 a 3 años)	45,99%	54,01%
Se han introducido/introducirán nuevas tecnologías (3 a 5 años)	47,45%	52,55%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 57. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. 1-3 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 58. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. 3-5 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

La perspectiva del cambio tecnológico ofrece unos resultados parejos en cuanto a que cerca del 50% de las empresas de la muestra piensa que va a implantar nuevas tecnologías bien a corto o a medio plazo, mientras que un 52/54% afirma que no va a introducir nuevas tecnologías en los procesos productivos, organizativos o comerciales. En este sentido si partimos del carácter tradicional de los sectores con mayor peso en la economía canaria (comercio, transporte y hostelería y turismo) y sus factores estructurales en cuanto al peso de las pymes en el tejido empresarial, en muchos casos de carácter familiar, el carácter intensivos en mano de obra de estos sectores y no tanto en tecnología y la estructura de costes entre otros, se puede afirmar que la intensidad de cambio tecnológico muestra esta perspectiva es muy significativa, apunta hacia un impulso decidido por la renovación y modernización tecnología en los sectores tradicionales.

Para profundizar en la perspectiva tecnología se ha preguntado a las empresas por los tipos de tecnologías que están implantando actualmente y las que tienen previsto implantar a corto plazo (1 a 3 años) de acuerdo con la siguiente tipología de aplicación.

- Tecnologías enfocadas a mejorar producto. Conocimientos y experiencias que permita la mejora de la estructura, propiedades y características funcionales de un producto. (Equipos, maquinaria Impresión 3D, Robótica).

- ▶ Tecnología de enfocadas a la mejora de procesos. Se refiere a las innovaciones de tipo organizacional, administrativo y de comercialización como ERP utilizado para gestionar los recursos compartiendo la información entre las diferentes áreas funcionales como contabilidad, planificación, producción, marketing; o CRM software para gestionar la información de los clientes.
- ▶ TICS y transformación digital: Big data, tecnología de almacenamiento automatización y digitalización de operaciones, la nube (Cloud Computing) "Internet de las Cosas" o dispositivos conectados en la nube, Tecnologías de Ciberseguridad, etc.

En este sentido, si observamos la tipología de tecnologías que las empresas de los sectores tradicionales tienen implantadas actualmente o piensan implantar a corto plazo (1 a 3 años) se aprecia el notable impacto de la transformación digital que están abordando todos los sectores tradicionales ya que casi el 60% de las empresas han implantado tecnologías de transformación digital o piensan incorporar tecnologías TICS y de transformación digital.

En segundo lugar, aparecen las tecnologías enfocadas a la mejora de los procesos (53, 68%) y, en tercer lugar, las tecnologías enfocadas a la mejora de productos que han tienen implantadas el 42,22 % de las empresas encuestadas.

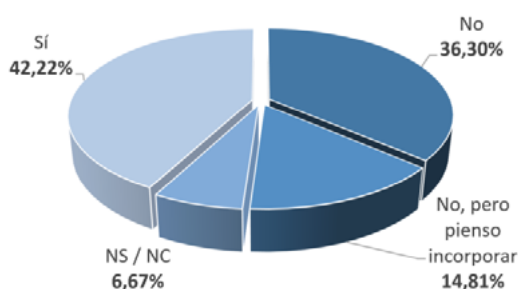
- ▶ **Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo:**

Tabla 64. Incorporación de tecnologías enfocadas a mejorar el producto.

Incorporación de Tecnologías enfocadas a mejorar producto	%
No	36,30%
No, pero pienso incorporar	14,81%
NS / NC	6,67%
Sí	42,22%
Total CANARIAS	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 59. Tecnologías enfocadas a mejorar el producto. 1-3 años. Canarias.



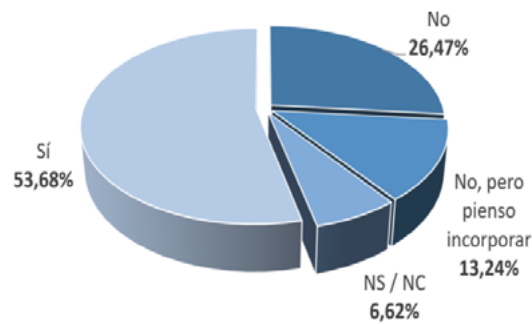
Fuente: Elaboración propia

Tabla 65. Incorporación de tecnologías enfocadas a la mejora de procesos.

Incorporación de Tecnologías enfocadas a la mejora de procesos	%
No	26,47%
No, pero pienso incorporar	13,24%
NS / NC	6,62%
Sí	53,68%
Total CANARIAS	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 60. Tecnologías enfocadas a la mejorar de procesos. 1-3 años. Canarias.



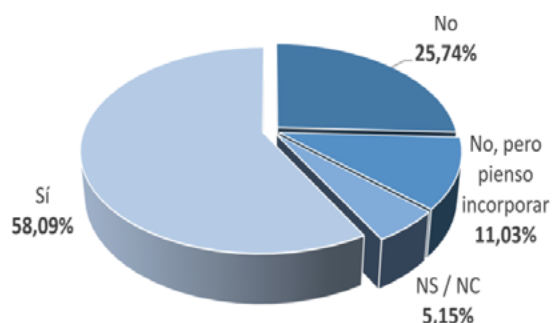
Fuente: Elaboración propia

Tabla 66. Incorporación de tics y transformación digital.

Incorporación de TICS y Transformación Digital	%
No	25,74%
No, pero pienso incorporar	11,03%
NS / NC	5,15%
Sí	58,09%
Total CANARIAS	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 61. Tics y transformación digital implantada o a incorporar. 1-3 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

► **Cambiarán los métodos de organización del trabajo**

Finalmente como se muestra en la tabla y gráficos siguientes la mitad de las empresas encuestadas consideran que **cambiarán los métodos de organización del trabajo a corto plazo** (1 a 3 años) mientras que un 41% visualizan cambios a medio plazo, lo que nos permite afirmar que el tejido empresarial canario en los sectores tradicionales objeto de estudio percibe un nivel de cambios importante en los procesos de organización del trabajo necesarios para adaptar estos procesos a la intensidad y rapidez de los cambios productivos, de mercado y tecnológicos que se demandaran a corto y medio plazo.

Tabla 67. Cambiarán los métodos de organización. 1-3 años. 3-5 años.

CANARIAS	Sí	No
Cambiarán los métodos de organización del trabajo (1 a 3 años)	50,36%	49,64%
Cambiarán los métodos de organización del trabajo (3 a 5 años)	41,61%	58,39%

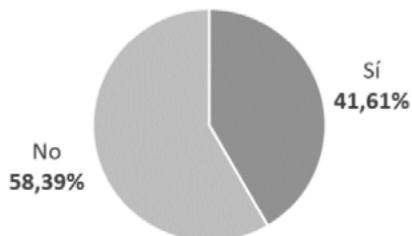
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 62. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. 1-3 años.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 63. Cambiarán los métodos de organización del trabajo 3-5 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

B. TENDENCIAS DE ACTIVIDAD SECTOR COMERCIO

IMPACTO DE LOS FACTORES QUE ESTÁN INCIENDO EN LA COMPETITIVIDAD Y CONTEXTO DE EVOLUCIÓN SECTOR COMERCIO

Atendiendo a los resultados de la encuesta realizada en relación con el nivel de impacto de los factores que están incidiendo en la competitividad o contexto actual del sector (previo a la crisis del Covid-19), se observan unos resultados muy similares a los obtenidos a nivel globales de los sectores tradicionales, en cuanto a la incidencia más relevante en la dinámica de evolución del sector de los factores de mercado, de coyuntura nacional e internacional y de factores económicos (costes y productividad), mientras que en un segundo nivel se sitúan los factores tecnológicos y normativos, apareciendo como novedad y un peso significativo la agenda de los ODS.

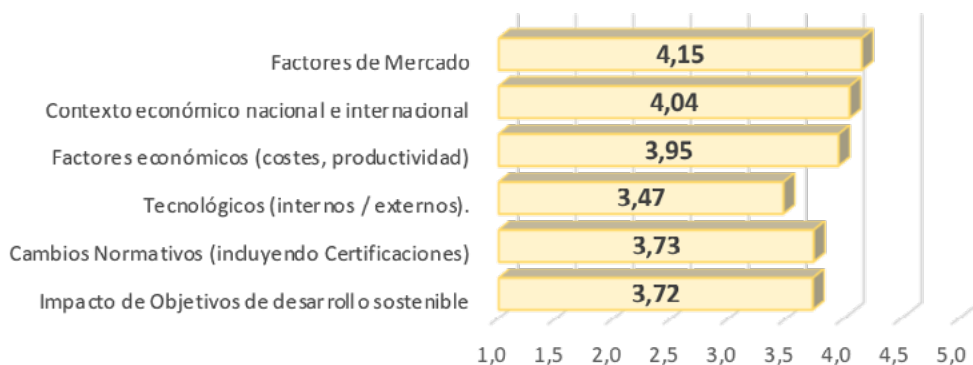
Se ha utilizado la siguiente escala de valoración: 1 ningún impacto, 2 bajo impacto, 3 impacto medio, 4 impacto alto y 5 impacto muy alto.

Tabla 68. Valoración de impacto sobre la competitividad.

Valoración de Impacto sobre competitividad	COMERCIO				
	1	2	3	4	5
Factores de Mercado	3,19%	4,26%	20,21%	19,15%	53,19%
Contexto económico nacional e internacional	3,19%	7,45%	18,09%	24,47%	46,81%
Factores económicos (costes, productividad)	2,13%	9,57%	24,47%	19,15%	44,68%
Tecnológicos (internos / externos).	9,57%	17,02%	24,47%	14,89%	34,04%
Cambios Normativos (incluyendo Certificaciones)	4,30%	17,20%	22,58%	12,90%	43,01%
Impacto de Objetivos de desarrollo sostenible	6,38%	11,70%	25,53%	15,96%	40,43%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 64. Valoración del impacto de factores sobre la competitividad. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

PROSPECTIVA SECTOR COMERCIO

En cuanto a los resultados de las preguntas relativas a la prospectiva sectorial destacar el elevado porcentaje de empresas del sector de comercio que preveía (antes de la crisis del Covid-19) que se iba a implantar en nuevos mercados a corto (caso el 69%) o medio plazo (62,4%).

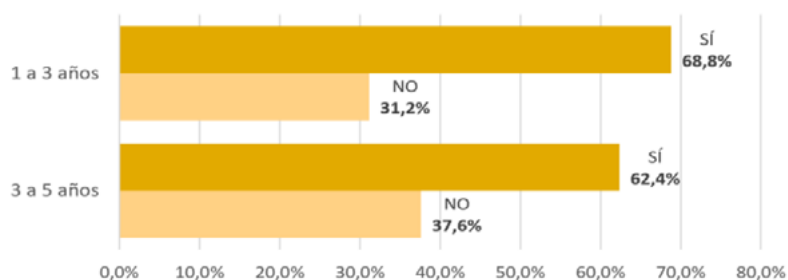
- **Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados:**

Tabla 69. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Comercio.

	% Comercio	
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	68,8%	62,4%
NO	31,2%	37,6%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 65. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

Además, las empresas del sector de comercio detectan la necesidad de acometer cambios en los métodos de organización del trabajo que es más acusada a corto plazo (caso 53% de las empresas) que a largo plazo (baja al 36,6% de las empresas encuestadas).

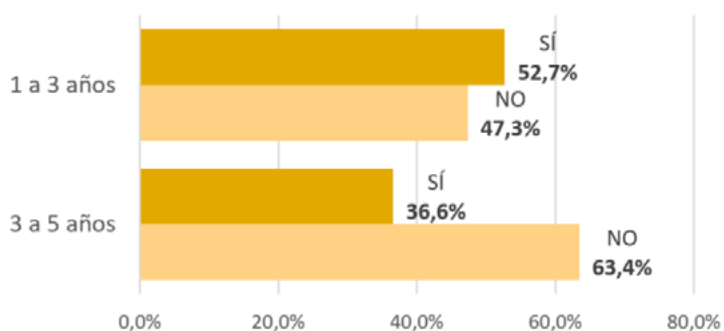
► **Cambiarán los métodos de organización del trabajo:**

Tabla 70. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Comercio.

% Comercio		
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	52,7%	36,6%
NO	47,3%	63,4%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 66. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

En el caso de la diversificación de productos o servicios el sector de comercio se muestra más estable ya que en torno al 40% de empresas consultadas pensaba desarrollar nueva gama de productos o servicios a corto plazo, si bien aumenta hasta casi el 50% en un escenario a medio plazo.

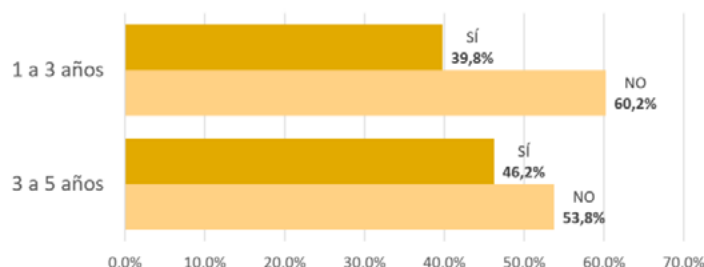
► **Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes:**

Tabla 71. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Comercio.

% Comercio		
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	39,8%	46,2%
NO	60,2%	53,8%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 67. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

El factor de cambio tecnológico se sitúa en un porcentaje de empresas en torno al 40% a corto plazo que se incrementa hasta casi el 50% en el escenario a medio plazo (3 a 5 años), que es significativo sobre todo teniendo en cuenta el peso que todavía mantiene el comercio tradicional en el sector.

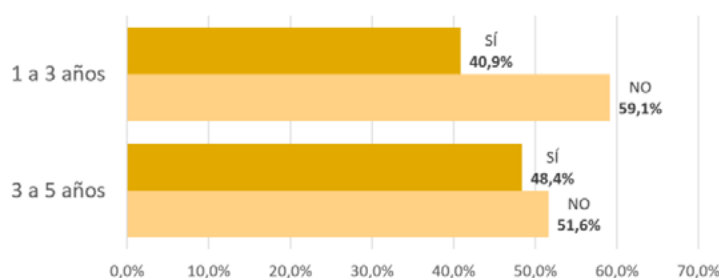
- **Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías:**

Tabla 72. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Comercio.

	% Comercio	
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	40,9%	48,4%
NO	59,1%	51,6%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 68. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

Si nos fijamos en los tipos de tecnologías que las empresas tienen implantadas se aprecia un nivel de adaptación significativo a la digitalización ya que caso el 60% ya han implantado este tipo de tecnologías y un 10% lo han previsto a corto plazo. También una mayoría de empresas han implantado tecnologías de mejora de procesos (56,52%) y casi un 15% lo tienen previsto.

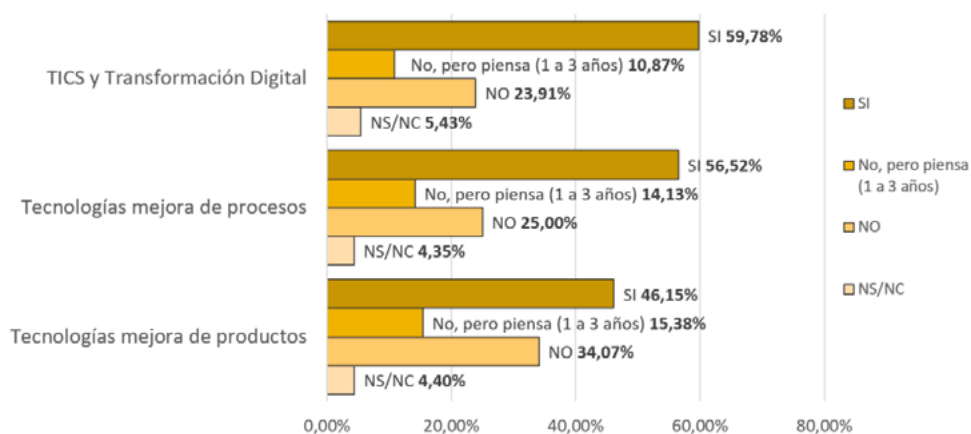
► **Tipos de innovaciones tecnológicas a implantar a corto plazo:**

Tabla 73. Tipos de innovaciones tecnológicas a implantar a corto plazo. Comercio.

COMERCIO				
	NS/NC	NO	No, pero piensa (1 a 3 años)	SI
Tecnologías mejora de productos	4,40%	34,07%	15,38%	46,15%
Tecnologías mejora de procesos	4,35%	25,00%	14,13%	56,52%
TICS y Transformación Digital	5,43%	23,91%	10,87%	59,78%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 69. Estado de implementación o intención de incorporación 1-3 años. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

**RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA:
ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD. SECTOR COMERCIO.**

En el marco de la investigación cualitativa las empresas, expertos, administraciones y otros agentes del sector han aportado las siguientes las ideas y reflexiones acerca de la situación y perspectivas de evolución del sector de comercio a corto y medio plazo.

En primer lugar, debemos resaltar que el trabajo de campo para la realización de las entrevistas en profundidad se ha realizado en el periodo previo a la irrupción de la crisis del Covid-19 por lo que en las opiniones y valoraciones relativas a la situación y tendencias de evolución de la actividad en el sector de comercio y su incidencia en la dinámica de evolución del empleo, los perfiles profesionales y las necesidades de formación asociadas no se ha considerado el impacto de la crisis del Covid-19. Aunque en algunas entrevistas ya se podría vislumbrar el impacto que tendría esta crisis sanitaria para el sector Comercio.

Contexto internacional marcado por las turbulencias y la incertidumbre.

“En este momento asistimos a un escenario de incertidumbre global en el que se hace aún más necesario establecer medidas que amortigüen la desaceleración económica, con tensiones comerciales internacionales, ante el fenómeno del Covid-19; el enfriamiento de la economía; el proceso de desconexión de la Unión Europea por parte de Reino Unido (Brexit) o las urgentes medidas vinculadas al cambio climático (objetivos de desarrollo sostenible)”.

Representante de la administración

“La evolución reciente del sector comercial en Canarias ha seguido una senda positiva derivada de muchos factores, entre ellos, las medidas y las inversiones que se habían puesto en marcha en anteriores ejercicios. En este momento, se empieza a notar cierta desaceleración, por lo que es muy necesario incentivar y reactivar la inversión tanto pública como privada, lo que nos obliga a realizar un esfuerzo presupuestario que contemple las dotaciones necesarias para comenzar nuevos programas basados en los buenos resultados de políticas anteriores, aunque adaptadas a los nuevos objetivos y prioridades que se marcan desde el Gobierno de Canarias”.

Representante de la administración

Elevada exposición y dependencia de la coyuntura económica como sector dependiente del nivel de renta.

“Las características del sector de comercio implican una gran sensibilidad a las coyunturas económicas y de demanda...de manera que es un sector dinamizador y que tira del crecimiento en etapas de crecimiento pero que en momentos de coyuntura de caída tienen un impacto mayor y, por tanto, la caída es mayor que en otros sectores”.

Experto sectorial

Importancia estratégica del sector de comercio para la dinamización de la economía canaria.

“Cabe destacar la importancia del sector comercial en la economía canaria, su elevada participación en la producción y el empleo, a lo que hay que sumar su carácter estratégico en aspectos tan diversos como la planificación del espacio físico, la dinámica inflacionista de la economía, o los niveles de eficiencia, productividad y competitividad con los que opera el conjunto del sistema económico. El comercio junto al turismo es, hoy por hoy, las actividades más dinámicas y de mayor peso de la economía canaria, siendo cada vez más difícil su separación, ya que sus sinergias son mutuas pasando a ser fundamentales para las estrategias de desarrollo integrales de nuestros pueblos y ciudades”.

Representante de la administración

“La creciente importancia del comercio electrónico que ha continuado creciendo en Canarias. Su facturación se estima en 1.608 millones de euros, un 3,49% del Producto Interior Bruto regional, según el 6º informe sobre el Comercio Electrónico en Canarias 2018 realizado por el Observatorio Canario de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (OCTSI) de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias. El número de internautas canarios que realizan al menos una compra por internet al año ha crecido un 18%. Cerca de 837.000 personas realizaron compras por comercio electrónico en Canarias, lo cual su-

pone un 48% de la población entre 16 y 74 años, frente a un 58% de media nacional.”

Representante de la administración

Segmentación y polarización del sector con un crecimiento significativo de las grandes empresas frente a fuerte reducción del pequeño comercio tradicional.

“El sector comercio tradicional ha cambiado por completo después de 10-12 años de competencia brutal de grandes compañías y centros comerciales; se ha visto fuertemente influenciado... de las empresas de comercio tradicionales hemos quedado muy pocos o bien porque el mercado ha cambiado a una velocidad que muchos empresarios no han sabido adaptarse a esa velocidad y los cambios en el mercado.

Si bien las nuevas tendencias del comercio, las firmas, las grandes empresas de comercio han despegado con una fuerza impresionante y son los que están dominado el desarrollo del sector”.

Empresa sector comercio

“La estructura empresarial aún está muy atomizada y supera el porcentaje de microempresas de otras actividades, pero el proceso de reconversión y concentración se ha venido experimentando de forma muy significativa con una reducción por no decir desaparición de gran parte del pequeño comercio y del número de empresas y aumento del tamaño de las existente”.

Empresa sector comercio

“Los comercios pequeños tienen unas infraestructuras y unas necesidades muy diferentes a las de los grandes. Es necesario acometer una transformación, para integrar nuevas estrategias como el comercio electrónico que permitan mejorar la competitividad, aunque internet no sustituirá al vendedor del comercio, pues sigue siendo importante la atención al cliente individualizada”

Experto sectorial

Mejora del nivel de productividad de las actividades del sector

“Es de destacar la mejora progresiva que el sector ha alcanzado en términos de productividad gracias a la incorporación de nuevas tecnologías, el comercio electrónico y la transformación digital del negocio, así como la mejora de la estructura de costes”

Empresa sector comercio

CAMBIOS Y CONDICIONANTES DE LA DINÁMICA DE EVOLUCIÓN DEL SECTOR:

Tendencia de fuerte concentración sectorial con alguna diferencia a nivel provincial

“El sector del comercio minorista se distingue por un marcado carácter tradicional en gran parte de los establecimientos, se está viendo influenciado por los cambios que se están produciendo en los modos de consumo de la población, la mejor situación económica de las familias y el aumento notable del turismo. La distribución porcentual actual por sistema de venta es la siguiente: Tradicional (63%) Autoservicio (30%) Comercio electrónico (2%) A domicilio (1%) y el % restante (máquinas expendedoras, venta ambulante y venta por correo-catálogo)”.

Representante de la administración

“El comercio ha dado un giro importante en cuanto a la concentración del sector a nivel territorial: tradicionalmente existía una amplia capilaridad del sector en cuanto a su distribución en diferentes zonas de las islas con muchos clientes locales en la parte de comercio minorista... sin embargo la mayor movilidad de la gente, sus cambios en los hábitos de compra y la gran capacidad de las grandes empresas del sector para implantarse en centros comerciales y multiplicar sus centros de distribución hicieron que poco a poco todos ese comercio local, ese entramado de cliente minorista haya prácticamente desaparecido”

Empresa sector comercio

“El capital viene de grandes corporaciones nacionales y otras de capital extranjero”.

Empresa sector comercio

Incidencia de la actividad del sector en otros sectores de la economía canaria y “efecto arrastre”. Potenciar la interdependencia con el sector turístico.

“Además del peso e importancia que el sector tiene en la economía canaria debemos considerar el impacto que tiene en otros sectores de la economía como el turismo, la construcción, el transporte y almacenamiento, y por supuesto el impacto en el sector de comercio electrónico en el sector de TICS, logístico, en sectores industriales etc. lo que conlleva un impacto también indirecto muy importante y un efecto tractor de otras actividades económicas”.

Experto sectorial

“La relación entre turismo y comercio. Dada la importancia del turismo en Canarias sería deseable incrementar las relaciones con el sector comercial y coordinar las dinámicas de ambos sectores”.

Representante de la administración

“Las mejoras en promoción y competitividad del comercio. Una de las líneas estratégicas dentro del comercio a nivel nacional es la promoción del turismo de compras a través de la participación en ferias, de acciones con agentes de viajes, empresas y medios de comunicación y de mejoras en la competitividad del comercio regional”.

Representante de la administración

Estrategia de especialización, la multicanalidad y encontrar un nicho adecuado factores clave en el crecimiento del sector y la supervivencia de comercio minorista.

“De los distintos tipos de comercio sin duda los que presentan mejores perspectivas son los que apuestan por la especialización ya sea en las grandes centros comerciales, los supermercados, autoservicio y franquicias y en el caso del comercio tradicional sus posibilidades de adaptación y competitividad pasan en gran medida por su apuesta por la especialización”.

Experto sectorial

“Ante la feroz competencia del gran comercio y la tendencia del mercado, sobre todo el minorista, ha optado por la especialización, no podemos ser expertos ni profesionales en todo y hemos tratado de buscar los nichos en los que poder mantener la especialización en dos o 3 productos, competir, ser fuertes y sobrevivir a esta competencia de las grandes firmas con las que con los medios y proveedores que tienes puedes competir, ni por eficacia, ni por moda, variedad, ni por calidad”.

Empresa sector comercio

“Es fundamental para el pequeño comercio que sea capaz de buscar nichos que no estén explotados o estén poco desarrollados por grandes empresas y desarrollar una estrategia para crecer desde esa especialización, la fidelización del cliente, aportando valor diferencial para ser más competitivo, especializándose y persiguiendo la satisfacción del cliente”.

Empresa sector comercio

“El contraste entre las empresas grandes y pequeñas del comercio minorista no es tan relevante ni determinante; la diferencia importante se encuentra entre una empresa tradicional o anquilosada y una empresa moderna. Esta es la clave real de la eficiencia y la competitividad. Tanto las empresas grandes como las pequeñas encuentran gran competencia en los operadores de venta online.”

Experto sectorial

Potenciar planes y medidas de apoyo a la revitalización del comercio minorista y la modernización del sector.

“Desde la administración se plantean los retos a conseguir en materia institucional, tecnológico, sectorial, formativo y normativo, con un Plan de Acción que conlleva la priorización de acciones en esos sectores de forma que las instituciones se dediquen a la revitalización e integración urbana de las Zonas Comerciales deterioradas y a la potenciación del papel de las asociaciones como facilitadoras de la implantación de los nuevos comercios”.

Representante de la administración

“En el plano tecnológico, se considera que es fundamental impulsar la estrategia channel-less y en cuanto a las propuestas normativas se contempla una posible simplificación de la devolución del IGIC a los turistas que visitan las islas. Se prevé también la implementación de buenas prácticas en la gestión de las Zonas Comerciales Abiertas, el fortalecimiento del Observatorio de Comercio, el impulso de la formación profesional dual en el sector comercial y la creación de ventanilla única aduanera del nuevo REF, entre otras”.

Representante de la administración

“Desde las Pymes queremos plantear la necesidad de contar con mayor apoyo institucional de las diferentes administraciones públicas a nivel estatal, regional y local para que las Pymes puedan adaptarse a los cambios de mercado, tecnológicos, e de impacto de la digitalización y organizativos en cuanto a capacidad de gestión con proveedores, logística y de gestión de personal que necesitan las Pymes, y que las grandes empresas pueden abordar de manera más efectiva y competitiva”.

Empresa sector comercio

Implantación de sistemas de calidad. Elevado esfuerzo económico de implantar sistemas de gestión de calidad.

“A nivel pequeño comercio existen certificaciones de calidad, pero suponen un esfuerzo inversor muy importante que en muchos casos no resulta accesible por costes al pequeño comercio y también por la idea de negocio.”

Empresa sector comercio

“La calidad es uno de los factores más importantes y te la marca en cierta medida el entorno: entendemos que primero es posicionarte en el mercado vender, pero ofrecer unas garantías de calidad.... la calidad te la va marcando el mercado... hay empresas cuya modelo de negocio es precio y otros buscan más la calidad como en nuestro caso... tiendas a la búsqueda de calidad para competir”.

Empresa sector comercio

Importancia clave de la tecnología y los procesos de transformación digital y el impacto del comercio online. Como se ha expuesto en el apartado relativo a la situación de la innovación y la tecnología este factor constituye un elemento clave en la evolución del sector y su desarrollo competitivo.

Necesidad de hacer frente a la falta de relevo generacional en la gestión de negocios:

“Debilidad en la estructura de los negocios que hacen que sean difícilmente traspasables por los modelos de negocio y limitan la vida de las empresas a la de sus fundadores”.

Empresa sector comercio

C. TENDENCIAS DE ACTIVIDAD SECTOR DE TRANSPORTE

IMPACTO DE LOS FACTORES QUE ESTÁN INCIDIENDO EN LA COMPETITIVIDAD Y CONTEXTO DE EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO.

A continuación, se recogen los resultados de la encuesta relativos a los factores de impacto en la dinámica de la actividad del sector de transporte.

Se ha utilizado la siguiente escala de valoración:

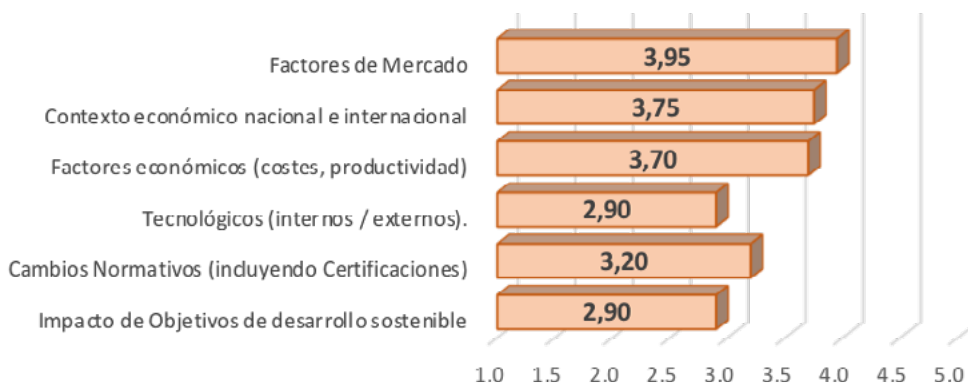
- ▶ 1 ningún impacto
- ▶ 2 bajo impacto
- ▶ 3 impacto medio
- ▶ 4 impacto alto
- ▶ 5 impacto muy alto

Tabla 74. Valoración de impacto sobre competitividad. Transporte.

Valoración de Impacto sobre competitividad	TRANSPORTE				
	1	2	3	4	5
Factores de Mercado	0%	25%	10%	10%	55%
Contexto económico nacional e internacional	5%	15%	20%	20%	40%
Factores económicos (costes, productividad)	5%	15%	20%	25%	35%
Tecnológicos (internos / externos).	15%	35%	15%	15%	20%
Cambios Normativos (incluyendo Certificaciones)	15%	20%	25%	10%	30%
Impacto de Objetivos de desarrollo sostenible	20%	30%	15%	10%	25%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 70. Valoración del impacto de factores sobre la Competitividad. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en los gráficos las coordenadas de la valoración de las empresas del sector de transporte se muestran en línea con las observadas tanto a nivel global de los sectores tradicionales como en el caso del sector de comercio, sobre todo en cuanto a la diferenciación entre los factores con mayor impacto en la valoración (factores de mercado, coyuntura y factores económicos como costes y productividad), respecto a los factores con un nivel de impacto menos significativo (factores tecnológicos y normativos), si bien, como diferencia a significar, que estos últimos tienen un nivel de valoración por debajo de la media obtenida a nivel global de canarias y en el sector de comercio.

Asimismo, el nivel de impacto de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) también es más reducido en opinión de las empresas del sector de transporte lo que apunta a un valor todavía incipiente de este factor.

PROSPECTIVA SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

En cuanto a la visión prospectiva de las empresas encuestadas del sector de transporte respecto a la evolución del sector los resultados, en general, son bastante similares a la línea de lo observado en relación al sector de comercio, si bien con algunos matices.

La percepción de ampliación de nuevos mercados por parte de las empresas del sector es significativa se muestra con mayor intensidad a corto plazo (1 a 3 años) con un 60% de empresas que estiman implantarse en nuevos mercados, porcentaje que baja hasta el 40% en una visión a medio plazo, lo que evidencia el fuerte dinamismo y crecimiento que venía teniendo el sector de transporte y almacenamiento con anterioridad a la crisis del Covid-19 y que, se espera que pueda mantenerse, ya que es uno de los sectores que se han mostrado esenciales, en particular, en los modos de transporte de mercancías, ya que el transporte de personas/viajeros se han visto seriamente afectados por la crisis y las prácticas de restricción de la movilidad.

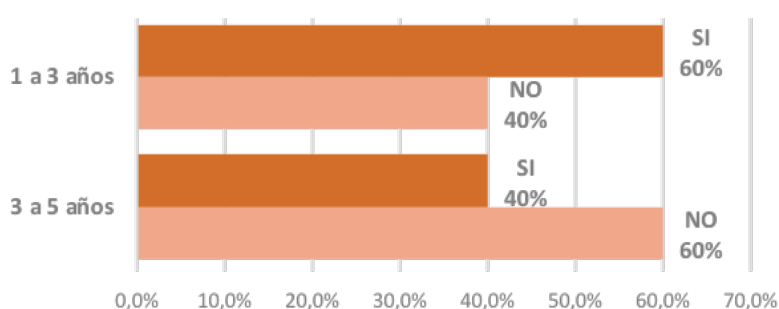
► Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados:

Tabla 75. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Transporte.

% TRANSPORTE		
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	60%	40%
NO	40%	60%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 71. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

También se observan tendencias significativas de diversificación y ampliación de la gama de servicios en mayor medida en una perspectiva más a corto plazo (60% de las empresas) que a medio plazo (35%).

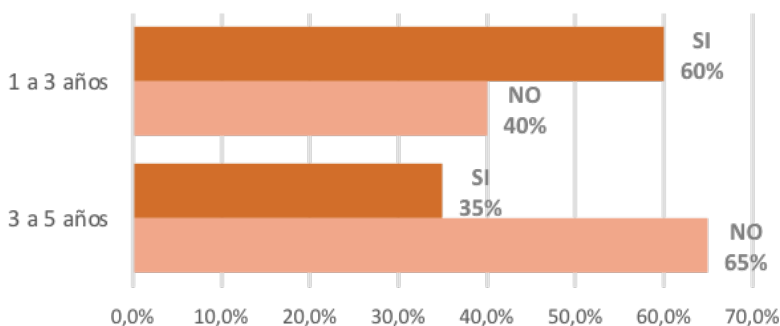
► Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes:

Tabla 76. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Transporte.

% TRANSPORTE		
	1 A 3 AÑOS	3 A 5 AÑOS
SÍ	60,0%	35,0%
NO	40,0%	65,0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 72. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

Es importante destacar el elevado impacto de la tecnología en las actividades del sector de transporte, lleva a una percepción de la necesidad de introducir nuevas tecnologías a corto plazo (1 a 3 años) en más del 70% de las empresas del sector consultadas; porcentaje que baja hasta el 45% en una prospectiva a medio plazo en gran parte debida a las dificultades de las empresas para anticipar necesidades y planes de acción en escenarios más alejados en el tiempo e inciertos.

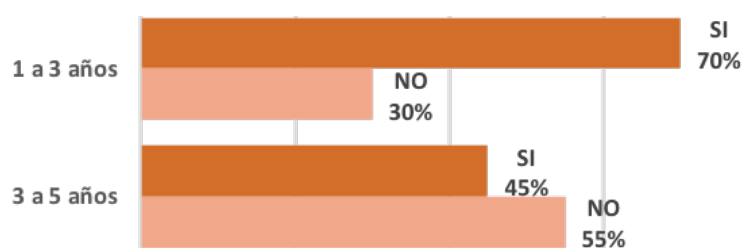
► **Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías:**

Tabla 77. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Transporte.

% TRANSPORTE		
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	70,0%	45,0%
NO	30,0%	55,0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 73. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

Desde la perspectiva de la tipología de tecnologías que se están implantando en el sector o se ha previsto su introducción a corto plazo podemos decir que el sector de transporte es el que arrojan resultados más bajos respecto a la media de los sectores tradicionales considerados en su conjunto y de manera comparada respecto a los sectores de comercio y turismo, con porcentajes del 70% de empresas que han introducido o piensan introducir nuevas tecnologías a corto plazo (1 a 3 años) y un 45% a medio plazo (3 a 5 años).

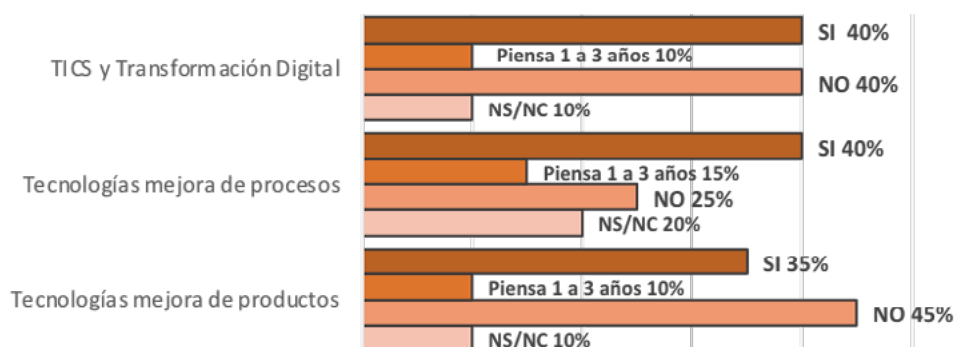
► **Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo:**

Tabla 78. Tipos de innovaciones tecnologías a implantar a corto plazo. Transporte.

TRANSPORTE				
	NS/NC	NO	NO, PERO PIENSA (1 A 3 AÑOS)	SI
Tecnologías mejora de productos	10%	45%	10%	35%
Tecnologías mejora de procesos	20%	25%	15%	40%
TICS y Transformación Digital	10%	40%	10%	40%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 74. Estado de implementación de innovación. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en el sector de transporte y logística encontramos una percepción diferencial respecto tanto a la media global como en relación a los sectores de comercio y turismo, sobre todo en cuanto a la valoración del nivel de cambios estimados en los métodos organizativos a corto y medio plazo, en la medida en que a corto plazo solo un 30% de las empresas del sector estima cambios mientras que un 70% no los identifica, por el contrario, considerado el escenario a medio plazo (3 a 5 años) los porcentajes se invierten de modo que un 70% de empresas considera que se producirán cambios y solo un 30% no. En este sentido, parece que en el sector se considera que el impacto de los cambios tecnológicos, productivos y de mercado debe asentarse para inducir en un escenario a medio plazo los cambios a nivel organizativo.

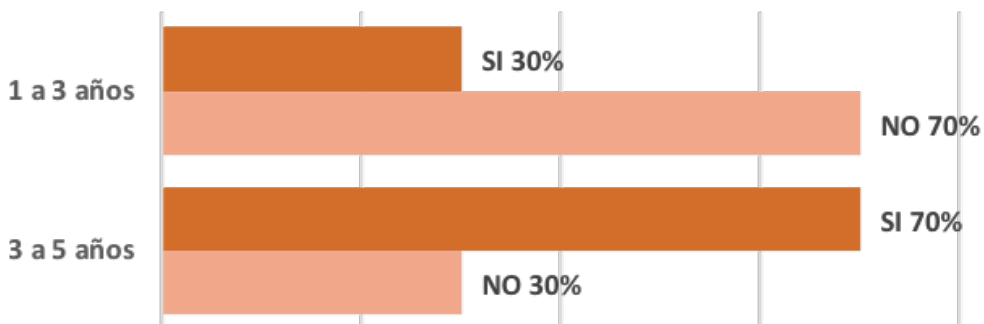
► **Cambiarán los métodos de organización del trabajo**

Tabla 79. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Transporte.

% TRANSPORTE		
	1 A 3 AÑOS	3 A 5 AÑOS
SÍ	30%	70%
NO	70%	30%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 75. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS INVESTIGACION CUALITATIVA: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD. SECTOR TRANSPORTE.

En la fase de entrevistas con empresas, expertos y otros agentes del sector se ha podido contrastar, ampliar, y profundizar en las tendencias de actividad sectorial y los condicionantes y factores clave en su evolución.

Peso y aportación creciente del sector del transporte y almacenamiento a la economía canaria.

Las empresas y agentes del sector consultados no han sabido exponer cifras concretas de la aportación económica del sector para la economía canaria. No obstante, han coincidido en señalar como el transporte y almacenamiento es esencial para la economía regional, ya que una parte está altamente especializada en la prestación de servicios relacionados directamente con el consumo cotidiano y con el turismo.

El transporte se ha convertido en una industria estratégica para una economía crecientemente mundializada y esto debería también comportar una mayor consideración de las necesidades de este sector en las decisiones políticas y una mayor atención a los criterios empresariales en la actuación del sector público.

Su crecimiento económico y la creación de empleo está fuertemente relacionado con unos servicios de transporte y logísticos que favorezcan un reparto rápido de las mercancías y la intermodalidad. Asimismo, indican como la potenciación de Canarias como un destino turístico líder tiene que estar intrínsecamente vinculada a la mejora no solo del transporte aéreo sino también del transporte de mercancías dentro de las ciudades, pues la necesidad de bienes se hace cada día más perentoria.

El transporte es un sector transversal para todos los sectores económicos que genera crecimiento indirecto en varios sectores.

En opinión de los informantes clave entrevistados, la productividad del sector está vinculada al desarrollo del resto de actividades económicas en las que se sustenta el reparto y distribución de las mercancías. Un desarrollo ineficaz condicionaría el resto de las actividades económicas que se desarrollan en la economía canaria, ya que las respalda el sector.

El turismo es una de las que más depende del sector, pues depende de su eficiencia para distribuir los productos que son demandados por los establecimientos.

“Nosotros aportamos productividad y rendimiento, el valor añadido que se aporta a la economía por la eficacia que tiene el transporte por carretera y por su eficiencia incrementa de manera significativa la aportación del sector”.

Empresa sector transporte

Estabilidad del sector y crecimiento sostenido

“Situación estable en los últimos años. Vemos un futuro optimista tanto a nivel regional como desde península, Europa y continente asiático a pesar de la incertidumbre de la coyuntura actual quitando el tema del coronavirus siempre de crecimiento moderado”.

Empresa sector transporte

El perfil de las empresas del sector expresa la amplia diversidad. Un perfil muy heterogéneo del sector y las dificultades para caracterizarlo desde el punto de vista económico, laboral y formativo.

En el marco de la investigación cualitativa se ha incidido en el “Problema de caracterización del sector a nivel económico y laboral, con actividades logísticas no recogidas en el CNAE, o bien, otros sectores que tienen actividad logística pero que están encuadradas en otros sectores lo que dificulta la visibilidad y cuantificación del peso y aportación global del sector”.

En efecto a la hora de cuantificar el peso de la gestión de la cadena de suministro y de las actividades logísticas y de transporte, nos enfrentamos con la limitación que supone la inexistencia de una clasificación oficial que englobe a la cadena de suministro global en un solo sector; tampoco existe una actividad logística como tal, por lo que esta falta de caracterización se traduce en la ausencia de cifras, indicadores o tipos de medida que incluyan al conjunto de las actividades objeto del presente estudio.

- ▶ Creación de departamentos logísticos o subcontratación de operadores logísticas; internalización versus externalización de la logística.
- ▶ La subcontratación por parte de empresas e industrias, de las operaciones logísticas (almacenamiento, manipulación de cargas o preparación de pedidos) es una tendencia al alza; de esta manera las empresas industriales se pueden dedicar de forma específica al desarrollo de las actividades principales de producción. Se trata de potenciar que la subcontratación se materialice en procesos de colaboración entre empresas y servicios logísticos y no en incremento de costes y pérdida de competitividad.
- ▶ Relación entre empresas dedicadas al sector de la logística y el transporte.

El estudio revela la elevada segmentación del sector en el transporte de mercancías y logística en el que confluyen distintos tipos de agentes que pueden intervenir en la cadena de suministro: transporte por carretera, transporte marítimo transporte aéreo, operadores logísticos, operaciones en terminales, transitarios, agencias, lo que pone de relieve la ausencia de una visión integrada del transporte y logística como palanca estratégica de la competitividad entre todos los agentes del sector y la administración.

Criterios de la estructura del sector a nivel regional e insular.

El sector se estructura alrededor de grandes empresas logísticas, y pequeñas y medianas empresas de transporte que suelen tener subcontratados esos servicios. También, se vienen produciendo un proceso de concentración de las empresas bajo diversas fórmulas con el fin de potenciar su competitividad. A pesar de ello, son numerosas las pequeñas empresas.

Costes adicionales de la actividad de transporte y almacenamiento en Canarias.

Si recordamos que la mayor parte de las actividades comerciales canarias se realizan con España y países de la UE, entendemos por qué en tan alta dimensión la lejanía y la discontinuidad territorial generan costes adicionales de accesibilidad física y de tiempo. Estos afectan a la regularidad, frecuencia y costes del transporte de mercancías (8% sobre ventas y 9% sobre compras) y

personas (2,2% del importe facturado por viajes de negocios). De igual forma, se generan costes adicionales en la eficacia de las telecomunicaciones y en la facilidad para buscar y reciclar o internalizar información competitiva estratégica.

Aunque las tecnologías modernas de telecomunicación permiten transmisiones rapidísimas por internet que solucionan gran parte del problema, la localización del Archipiélago todavía propone grandes desventajas en este sector porque la tecnología se intensifica en los centros de gravedad de la actividad económica, relegando a la periferia a los ángulos muertos de las redes de comunicación. La hora de menos que tiene Canarias respecto a la península y a la mayoría de los países europeos, supone otro coste adicional en muchas actividades por diferencias de horarios laborales.

Los costes adicionales de transportes y comunicaciones derivados de la insularidad se sitúan en el 3% del VAB (Valor añadido bruto) canario.

Otro problema que eleva los costes para el sector transporte es la constitución del Archipiélago, porque para mantener una buena infraestructura hay "que invertir en equipamientos y (...) servicios públicos que tienden a no alcanzar un tamaño eficiente para garantizar la equidad interinsular".

Mejoras en los procesos productivos y nivel de productividad de las actividades del sector.

Los informantes clave del sector entrevistados consideran que las empresas del sector han mejorado su productividad tecnificando algunas partes del proceso.

En las grandes empresas de transportes se han robotizado los almacenes para optimizar la distribución de la mercancía. También, se han mejorado los servicios que se les prestan a los clientes, pudiendo conocer en todo momento el lugar donde se encuentran los envíos.

La geolocalización de las mercancías se desarrolla principalmente en las grandes y medianas empresas dedicadas a la logística, estando obligadas a incorporarlas las pequeñas empresas de transporte para poder seguir colaborando con estas corporaciones. Actualmente, los servicios de transporte suelen subcontratarse y normalmente están determinados a seguir ciertas pautas en su procedimiento.

"Nosotros en la parte de almacén lo tenemos muy robotizado, con lo cual la productividad es muy grande. Nosotros tenemos que producir mucho en muy pocas horas. Los pedidos nos entran y tenemos que sacarlos en muy poco tiempo. Eso nos obliga a estar muy robotizados y automatizados los procesos para ser muy productivos. Estamos muy avanzados a nivel tecnológico".

Empresa sector transporte

Nivel de adaptación del sector al reto de la digitalización.

Sin duda **la digitalización es el principal reto que afronta** el sector del transporte y almacenamiento presionado por un consumidor, tanto empresas como clientes individuales, que cada vez exige un servicio mejor y más rápido, transparente y a precios más competitivos.

La industria 4.0 se está reforzando en el sector transporte de España debido al incremento de la inversión que están haciendo las empresas españolas en su digitalización, lo que se denomina “Transformación Digital”.

Los resultados del análisis del estudio cualitativo ponen de relieve la importancia de considerar **dos enfoques** o visiones en cómo se está enfocando la **digitalización** desde la planificación del negocio: a nivel macro de sistemas de la compañía y a nivel operativo de los profesionales.

“Si bien es en las grandes empresas en las que se observa la visión de la transformación digital en la planificación estratégica de los modelos de negocio, mientras que en las pymes se detecta más un impacto a nivel operativo y de modo reactivo a las condiciones del mercado”

Experto sectorial

Desarrollo de tecnologías de información para gestionar la cadena logística.

Las empresas y agentes del sector consultados afirman que en los últimos años se ha robotizado algunos almacenes dedicados a la logística, incorporándose mayoritariamente el uso de medios informáticos para gestionar las mercancías y conocer en todo momento su localización.

No obstante, existen algunas empresas de pequeño tamaño a las que el acceso a estas tecnologías le está siendo más difícil por desconocimiento, por su coste o por la dificultad a la hora de aprovechar economías de escala.

También se ha indicado como en algunos casos la incorporación de ciertas tecnologías hace disminuir la necesidad de mano de obra o una cualificación algo menor. Esta situación implica el empeoramiento de las condiciones laborales, cuando solamente se destina el uso de nuevas tecnologías a abaratar los procesos.

“Hay herramientas en la nube que ofrecen a los distintos actores que intervienen en los distintos operadores de la cadena de suministro. Todo el flujo de información que se da entre ellos se tiende a que sea visible a todos. Cada uno tiene su propio Big Data y lo que quieren es que esté compartido y quieren aprovechar las sinergias. Eso es un factor que actualmente resulta clave para el operador logístico y el sector en general.”

Experto sectorial

“El impacto de la digitalización está generando un modelo de dos velocidades: cambio importante en los modelos de negocio, procesos y perfiles profesionales en grandes empresas frente a una difícil, lenta y limitada adaptación de la parte del sector de pymes más tradicional.”

Experto sectorial

D. TENDENCIAS DE ACTIVIDAD SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

IMPACTO DE LOS FACTORES QUE ESTÁN INCIDIENDO EN LA COMPETITIVIDAD Y CONTEXTO DE EVOLUCIÓN SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO

Se muestran a continuación los resultados de la encuesta en relación con los factores que están incidiendo en la dinámica de actividad del sector de Hostelería y Turismo. Como se puede observar se mantienen de forma más o menos homogénea la valoración respecto a los factores con mayor y menor nivel de impacto estimado en la actividad, si bien destaca, como diferencia respecto de los resultados a nivel global como en relación con los obtenidos en los sectores de comercio y transporte, un peso todavía más acusado de los factores clave: así los *factores de mercado* (demanda competencia, precios, etc.) llegan a más del 90% de empresas que lo valoran con un impacto alto o muy alto, al igual que el *contexto económico nacional e internacional* con valores de impacto alto o muy alto en más del 90% de las empresas consultadas lo que evidencia el elevado nivel de sensibilidad y exposición del sector turístico a la coyuntura económica.

Tabla 80. Valoración de impacto sobre la competitividad. Turismo.

Valoración de Impacto sobre competitividad	TURISMO				
	1	2	3	4	5
Factores de Mercado	4,17%	4,17%	0,00%	20,83%	70,83%
Contexto económico nacional e internacional	0,00%	0,00%	4,17%	33,33%	62,50%
Factores económicos (costes, productividad)	4,17%	4,17%	4,17%	20,83%	66,67%
Tecnológicos (internos / externos).	8,33%	8,33%	33,33%	16,67%	33,33%
Cambios Normativos (incluyendo Certificaciones)	8,33%	4,17%	33,33%	16,67%	37,50%
Impacto de Objetivos de desarrollo sostenible	16,67%	8,33%	20,83%	16,67%	37,50%

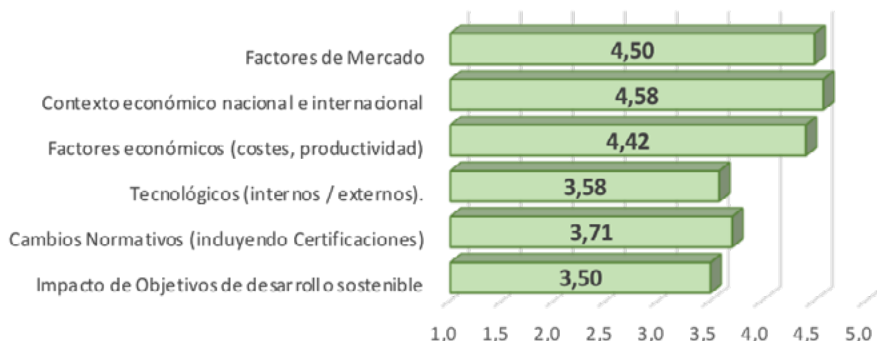
Fuente: Elaboración propia

En la misma línea de impacto muy elevado aparece los factores económicos en cuanto a costes productividad, etc. que llega hasta el 87% de las empresas encuestadas del sector

Como se puede observar los factores tecnológicos y normativos son lo que, siendo importantes, se perciben con menor nivel de impacto relativo en la competitividad del sector.

Finalmente, el alineamiento de la actividad y comportamiento empresarial respecto al cumplimiento de los ODS emerge como un factor a considerar en la dinámica de evolución del sector y así lo estima más del 52% de empresas del sector (que lo consideran con un alto o muy alto impacto).

Gráfico 76. Valoración sobre el impacto de factores sobre la competitividad. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

Si vemos las valoraciones medias obtenidas resulta contundente la percepción de las empresas en todos los factores de impacto en la actividad considerados, que resultan extremos en los factores de mercado, contexto económico nacional e internacional y los factores económicos con valoraciones muy próximas al máximo de 5 de incidencia.

PROSPECTIVA SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Los resultados de la encuesta a las empresas en relación a la prospectiva sectorial ofrecen, en primer lugar, la visión de mayor expectativa de ampliación de nuevos mercados en relación a la media de los sectores tradicionales como en comparación con los sectores de comercio y transporte, con un 70,8% de las empresas encuestadas que han implantado o piensan implantarse en nuevos mercados a corto plazo (1 a 3 años).

Obviamente esta percepción de crecimiento y dinamismo empresarial se ha visto abruptamente paralizada por la crisis del Covid-19 que ha llevado al “o turístico”.

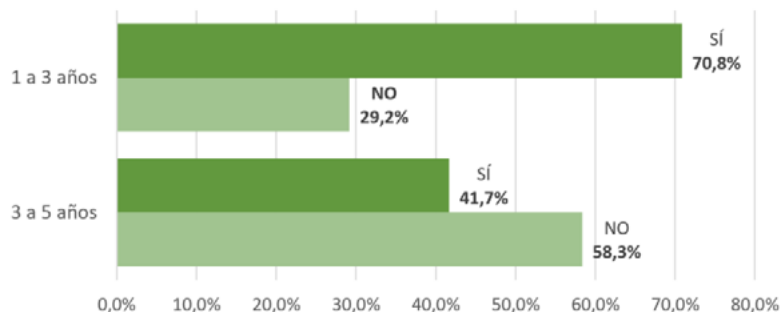
- ▶ Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados:

Tabla 81. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Turismo.

	% Turismo	
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	70,8%	41,7%
NO	29,2%	58,3%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 77. Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

La tendencia de diversificación y desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos se sitúa en un porcentaje del 45,8 % en el corto plazo que desciende al 37,5% en el medio plazo debido a la alta sensibilidad del sector turístico a la coyuntura económica a nivel nacional e internacional que limita la visión prospectiva a más largo plazo.

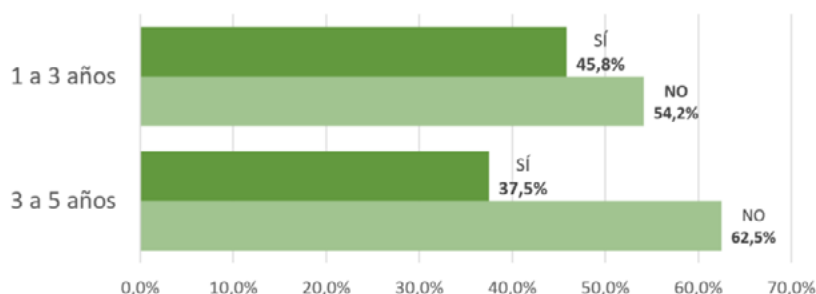
► **Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes:**

Tabla 82. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Turismo.

% Turismo		
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	45,8%	37,5%
NO	54,2%	62,5%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 78. Se ofrecen (OFRECERÁN) nuevos productos y/o servicios a los clientes. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

La prospectiva tecnológica se sitúa en la media de los sectores tradicionales con un nivel de respuesta superior al 45% de empresas que piensan introducir nuevas tecnologías a corto y medio plazo.

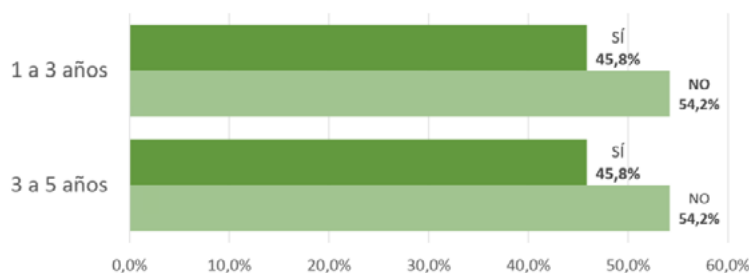
► **Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías:**

Tabla 83. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Turismo.

% Turismo		
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	45,8%	45,8%
NO	54,2%	54,2%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 79. Se han introducido (SE INTRODUCIRÁN) nuevas tecnologías. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

Si nos fijamos en la tipología de las tecnologías que están implantando las empresas de sector turístico nos encontramos que es el sector de los estudiados que declara un mayor porcentaje de empresas que han implantado TICs y tecnologías de transformación digital (casi el 67%), que sumado al 12,5% de empresas que tienen previsto implantarlas a corto plazo, nos da una idea del elevado nivel de impacto de la digitalización en el sector de la hostelería y como lo están afrontando las empresas canarias que tienen que liderar la innovación en un sector, como el turístico, en el que somos una referencia de primer orden a nivel internacional.

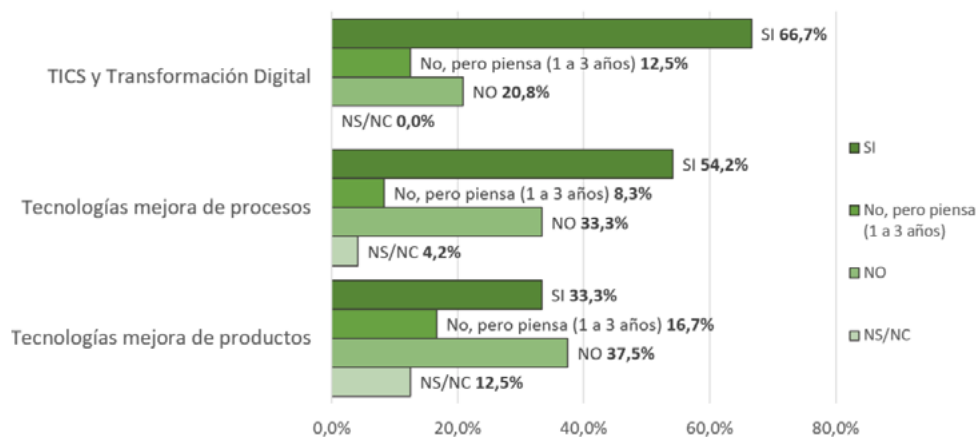
► **Tipos de innovaciones tecnológicas a implantar a corto plazo:**

Tabla 84. Tipos de innovaciones tecnológicas a implantar a corto plazo. Turismo.

	TURISMO			
	NS/NC	NO	No, pero piensa (1 a 3 años)	SI
Tecnologías mejora de productos	12,5%	37,5%	16,7%	33,3%
Tecnologías mejora de procesos	4,2%	33,3%	8,3%	54,2%
TICS y Transformación Digital	0,0%	20,8%	12,5%	66,7%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 80. Tipos de innovaciones tecnológicas a implantar a corto plazo. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

► Cambiarán los métodos de organización del trabajo

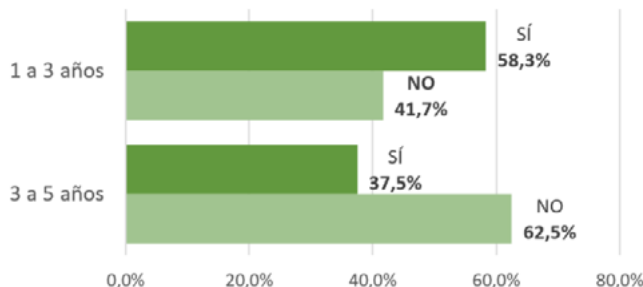
Finalmente, a diferencia de los resultados obtenidos en el sector de transporte, las empresas del sector de hostelería y turismo perciben la necesidad de adoptar cambios en los métodos de organización y gestión del trabajo de manera más clara en el corto plazo (casi el 60% de las empresas), mientras a medio plazo, la percepción de los cambios baja para situarse en torno al 40% de las empresas; en este sentido, parece que el sector es consciente de que está inmerso actualmente en un proceso de cambios productivos, en los procesos comerciales, tecnológicos y de mercado que está incidiendo en la necesidad de incorporar cambios a nivel organizativo y de gestión de RR.HH. como procesos clave en la competitividad del sector a corto plazo.

Tabla 85. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Turismo.

	% Turismo	
	1 a 3 años	3 a 5 años
SÍ	58,3%	37,5%
NO	41,7%	62,5%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 81. Cambiarán los métodos de organización del trabajo. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD. SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO.

En líneas generales, las ideas que más destacan por parte de las empresas, expertos y otros agentes del sector en el marco de la investigación cualitativa realizada en relación con las tendencias de evolución de la actividad son las siguientes.

Tendencia de crecimiento estable y sostenido del sector para los próximos años.

En primer lugar, se debe poner de relieve que la mayor parte de las entrevistas a empresas, expertos y agentes del sector se realizó en el periodo anterior al inicio de la crisis del Covid-19 lo que arroja una panorámica de la situación actual y perspectivas de evolución del sector muy diferente a la que se ha generado de manera abrupta a raíz de la evolución de la crisis del coronavirus y la estimación, apenas inicial, de su enorme y aun impredecible impacto en la evolución económica y empresarial de la economía, en general, y del sector de turismo como una de las industrias clave de la economía, en particular.

En este sentido, se decidió realizar una serie de nuevas entrevistas a empresas con posterioridad a la irrupción de la crisis para recabar una primera percepción de impacto estimado sobre la actividad económica y empresarial y tomar el pulso a las medidas a adoptar por las empresas.

“La previsión de la actividad del sector de Hostelería y Turismo presenta dos escenarios: antes del 13 de marzo las estimaciones y realidades era de un crecimiento para el 2020 de casi un 3% con una previsión optimista y en el empleo una estimación de crecimiento del 5%. Después del 13 de Marzo el panorama ha cambiado radicalmente...la actividad se va a bloquear por completo en toda la comunidad y estimamos que se volverá a recuperar a partir de mediados de julio, prevemos un caída de un 10%, 20% de negocio y destrucción de empleo del mismo orden en un escenario optimista... Si vamos a un escenario muy pesimista en cuanto a ampliación del periodo de paro de la actividad, la pérdida del negocio se situará en un 35% de negocio...”

Confiamos empezar una temporada alta en septiembre de recuperación importante siempre en función de la situación económica de los principales países emisores”.

Empresa sector turismo

Si bien, obviando la irrupción de esta crisis, la percepción generalizada de las empresas es que, en general, es un sector con una perspectiva favorable de crecimiento de la demanda a pesar de las amenazas derivadas del contexto económico general a nivel nacional e internacional, lo que pone de relieve la fortaleza y estabilidad que ha logrado alcanzar el desarrollo del sector de Hostelería y Turismo en Canarias en los últimos años.

“La situación actual de la economía en el sector turístico tanto a nivel internacional, nacional y Canarias goza de buena salud, pese a los acontecimientos... Se está observando estabilidad pese a los múltiples sobresaltos en la economía internacional”.

Experto sectorial

“Se estabiliza el Mediterráneo después de los años de la primavera árabe... y Canarias no lo nota... luego hay un comportamiento estable del sector. Si bien Canarias no tiene el futuro garantizado”.

Empresa sector turismo

El control de crecimiento de la oferta está suponiendo buenos resultados para el sector turístico.

“En términos de precios es mejor discutir buenos precios con los organizadores de la demanda, se hace mejor desde una situación de mayor equilibrio de oferta y demanda que desde una situación de exceso de oferta y esto ha sido uno de los factores determinantes del éxito del sector y ha permitido que Canarias continúe en una senda muy positiva”.

Empresa sector turismo

Fuerte dualidad en la estructura empresarial que índice un modelo de desarrollo del sector de “dos velocidades”.

Los expertos, empresas y agentes del sector coinciden a la hora de considerar como un factor estructural la diferenciación entre los modelos de negocio, organización y gestión de RR. HH que predominan en las grandes cadenas respecto a los modelos más intuitivos, menos profesionalizados y competitivos del tejido de pymes de la Hostelería y el Turismo.

“El modelo turístico canario está basado en el alojamiento canario y ahí es muy robusto y hay un cierto margen de mejora para el crecimiento... pero en todo lo que rodea a la cadena de valor del turismo es muy débil... ocio, marketing para el sector, comercialización, en el empleo, en la tecnología, en la formación...”

Experto sectorial

“El modelo turístico en Canarias está basado en el alojamiento y existe gran dependencia de los modelos tradicionales, adolece de un desarrollo equilibrado y potente en todas las actividades complementarias”.

Empresa sector turismo

“Las grandes cadenas funcionan con modelos de gestión más profesionalizados, mientras que las pequeñas empresas siguen funcionando a golpe de intuición y voluntad. Solo las grandes cadenas o empresas turísticas usan las certificaciones de calidad, medioambiente... el resto empresas más pequeñas... siguen tirando de la intuición y lo que les ha servido hasta ahora. Hay un recorrido muy importante por fortalecer las estructura empresarial”.

Experto sectorial

Complejidad e interdependencia creciente de las actividades del sector.

“La cadena de valor del sector es amplia y caracterizada por la diversidad en cuanto a la naturaleza de los servicios ofrecidos: turoperadores, agencias de viajes, sector de transporte, actividades de ocio y complementarias, etc. y, además, el sector está altamente intervenido por organismos reguladores que inciden en gran medida en la actividad”.

Experto sectorial

“Asimismo el sector Turismo está relacionado con otros sectores económicos, con los que ha creado relaciones comerciales y de interdependencia para asegurar los recursos requeridos y reducir la dependencia de importaciones siempre que asegure la calidad esperada”.

Experto sectorial

Prospectiva, evolución y tendencias de los procesos productivos y modelos de negocio.

- ▶ Los procesos se están transformando sobre todo en las empresas grandes o grupos corporativos con capital para invertir en mejora continua e innovación, en las empresas medianas y pequeñas, que son la mayoría en el tejido empresarial canario el cambio en los procesos ocurre más lentamente, requiriendo apoyo de asociaciones y organismos de la administración regional.
- ▶ Los procesos que más están cambiando son los relacionados al entorno digital: la comercialización y promoción de los servicios turísticos y de alojamiento y servicios relacionados; la preparación de alimentos, la entrega de servicios de actividades de ocio y entretenimiento al aire libre. Los temas de control están cambiando hacia controles electrónicos y digitales, uso de robótica aplicada a recepción, procesamiento en restaurantes y hoteles.

“Hay que ir al origen que es prestar un servicio turístico excelente... y esto va más por la personalización de los productos, la indagación de las necesidades y expectativas del cliente que por la estandarización y la tecnología tiene que estar al servicio de este fin de segmentación de las preferencias de los grupos de turistas, detección de necesidades para desarrollar respuesta ágiles”.

Empresa sector turismo

“Ahí el mundo de la formación tiene una función muy importante que cumplir también a la hora de fomentar el desarrollo empresarial excelente, el desarrollo de nichos de mercado”.

Experto sectorial

“A nivel de sector turístico la crisis del modelo de Thomas Cook tiene impacto sobre los hoteles y los modos de posicionarte ya que las agencias on line están ganando la batalla a los turoperadores, así como la conectividad de las islas con los países emisores ya que nuestra dependencia es mayor de las compañías ya que antes el tour operador te paquetizaba y ahora la contratación directa nos exige más rutas directas ... esto necesita una acción conjunta con el gobierno para sentarse con los mayoristas, subsidiando primeras rutas para que se conozcan y evitar la salida de compañías”.

Empresa sector turismo

Reto del sector: eficiencia y competitividad de las empresas turísticas.

“Cada vez hay más competencia, reto de la sostenibilidad, destinos con menores costes, hay un reto de subir un escalón el modelo turístico”.

Empresa sector turismo

Alta dependencia de la innovación y las tecnología aplicadas a las actividades, servicios y comercialización.

En un escenario previo a la crisis del Covid-19 la evolución de la demanda, cada vez más exigente y la fuerte competencia de otros destinos hacen de la innovación un factor crítico para la competitividad del turismo en Canarias.

En el subsector alojamiento y en subsector agencias de viajes, la exigencia de mejoras en la innovación tecnológica y organizativa es ya una necesidad actual y que se hará insoslayable en el corto-medio plazo. En el subsector restauración, la innovación tendrá más un carácter de innovación organizativa y de gestión de los recursos humanos que innovación tecnológica.

Las nuevas tecnologías están influyendo espectacularmente en el empleo y el nivel de cualificación de éste, especialmente en la hostelería, tanto en alojamiento como en restauración. En estos subsectores los cambios en las tecnologías y en los medios de comunicación, de Internet y las redes web 2.0 en la intermediación turística están siendo clave.

Las líneas estratégicas de competitividad del sector a largo plazo se basan en la “especialización y la adaptación a los factores de innovación” y la “aplicación de las tecnologías en las actividades de intermediación y de relaciones con los clientes”. El sector debe adaptarse a los cambios surgidos como la inclusión de procesos innovadores, la diferenciación y la aplicación tecnológica, entre otros:

- ▶ Cambios técnicos y organizativos específicos del sector como la irrupción de Internet en la distribución y comercialización de los productos turísticos, que tendrá como consecuencia la redistribución del mercado turístico, con la desaparición paulatina o reinención de algunos de los agentes que han jugado un papel tradicional en el mercado (agencias de viaje y turoperadores).
- ▶ Innovación en tecnologías de la información y la comunicación: La aplicación de las Tics y en particular de las redes sociales de Internet en los procesos de promoción, distribución y comercialización serán la base de una nueva concepción del mercado turístico, especialmente en el ámbito del intercambio de información destino/ turista/ turista/ turista.

- ▶ Las nuevas tecnologías están penetrando de manera importante e irreversible en todas las actividades relacionadas con el Turismo, y continuará en los próximos años de manera aún más importante.

Importancia de las exigencias Medio Ambientales y desarrollo sostenible

“El consumidor exigirá cada vez más productos biodegradables, minimizar el impacto negativo de las actividades comerciales en el medioambiente. Tomará mayor relevancia los servicios de excursiones ecológicas, hoteles con enfoque Green, playas certificadas bajo normas”.

Experto sectorial

“Las exigencias Medioambientales irán en aumento en los próximos años convirtiéndose en uno de los elementos críticos de desarrollo, junto con la digitalización. Esta exigencias vendrán marcadas por la necesidad en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos a nivel mundial”.

Experto sectorial

“Las empresas han incorporado distintas iniciativas de índole ambiental, se proyecta en el corto y mediano plazo una mayor adecuación de los procesos operativos y comerciales ambientalmente responsables. El consumidor provocará cambios en los servicios prestados por las empresas, ante sus exigencias de protección e impacto minimizado al medioambiente”.

Experto sectorial

“Además de la digitalización, un segundo factor clave que está condicionando el desarrollo del sector a medio plazo es el desarrollo de la sostenibilidad cada vez más demandado por los clientes y la evaluación de sus costes o imputación en los costes operativos como derivación de la agenda ODS... el desarrollo sostenible se presenta como eje estratégico de desarrollo”.

Empresa sector turismo

“En definitiva: mejora de capacidades de gobernanza desde la conciencia de la interdependencia y colaboración público privada. La empresa turística se da cuenta que sus resultados no solo dependen de lo que es capaz de hacer puertas adentro sino con otros factores del destino. El cuidado de los recursos naturales, de las playas, las infraestructuras, la seguridad, etc. sino se cuida eso va a repercutir en mi cuenta de resultados por lo que debo colaborar en la gobernanza de lo que es común para el vigor del sector turístico; buena parte del atractivo de un destino depende de estos bienes comunes”.

Experto sectorial

Cambios en el comportamiento de los turistas que induce la importancia creciente de la experiencia.

“La tendencia en relación al turista/cliente es su “empoderamiento” en todas las actividades turística, convirtiéndose de manera definitiva en el centro del negocio. El consumo o uso del servicio turístico está cambiando, el consumidor ejerce la autogestión a través de las plataformas digitales y aplicaciones de compra de tickets de traslados, reservas, buscadores, agregadores y desarrollo de pagos electrónicos, disponibles para el turismo”.

Experto sectorial

“Todos los turistas buscan cada vez más una alta variedad de actividades: están interesados en realizar muchas cosas y lo que está por desarrollar en un concepto de networking para que cada parte de la cadena de valor conecte con las demás... lo cual conecta con la idea de la competencia conjunta para que el destino sea mejor”.

Experto sectorial

4.4.3. Potencialidades y debilidades de los sectores. Factores críticos de competitividad.

A. SECTOR COMERCIO

Las opiniones y aportaciones realizadas por las empresas, administraciones y expertos consultados han dado como resultado el siguiente DAFO del sector de Comercio de Canarias.

DEBILIDADES:

- ▶ Preponderancia de la microempresa.
- ▶ Lejanía de continente europeo.
- ▶ Costes de transporte.
- ▶ Falta de concentración espacial de las actividades comerciales claves del sector.
- ▶ Bajo nivel de implantación y uso de nuevas tecnologías y de aplicaciones informáticas para la gestión del negocio y de los clientes.
- ▶ Profesionalización de la gestión empresarial deficiente y persistencia del modelo de economía familiar.
- ▶ Carencias formativas.
- ▶ Horarios limitados.
- ▶ Fiscalidad. Devolución IGIC. Tipos elevados para productos “de lujo”. Franquicia productos de reducido valor.
- ▶ Falta de servicios complementarios (reparto a domicilio, admisión de pedidos por teléfono, servicio de postventa, pagos aplazados).
- ▶ Escaso uso de formas de venta distinta de la tradicional (autoservicio, comercio electrónico) en el pequeño comercio.
- ▶ Bajo nivel de asociacionismo.
- ▶ Déficits en sistemas de gestión y calidad. Software de gestión. Escasa implantación en el pequeño comercio del software de gestión para obtener datos como los índices de rotación, los márgenes comerciales o el comportamiento del cliente.
- ▶ Necesidad de mejorar la interacción entre el comercio y la actividad turística.

FORTALEZAS:

- ▶ Situación geográfica cerca de África Occidental.
- ▶ Proximidad al cliente, fidelización.
- ▶ Conexión e interdependencia del comercio con el turismo. Buen posicionamiento como destino turístico líder, estilo de vida atractivo y oferta de ocio, lo que potencia el sector comercio.
- ▶ Integración urbana. Contribución a la cohesión territorial y social, tanto en entorno urbano como rural.
- ▶ Efecto arrastre y macroeconómico del comercio; internacionalización, captación de inversiones del exterior.
- ▶ Experiencia. La mayoría de los empresarios tienen una larga trayectoria en el sector.
- ▶ Aparición de nuevas empresas innovadoras que amplían la oferta comercial.
- ▶ Especialización y aceptación entre formatos: grandes superficies, pequeño comercio, franquicia, centros comerciales.

AMENAZAS:

- ▶ Riesgo importante de descenso del poder adquisitivo de la sociedad como consecuencia del impacto a corto plazo de la crisis del Covid-19.
- ▶ Comercio electrónico. Nuevo competidores globales.
- ▶ Nuevos hábitos de compra. Cliente más informado y exigente.
- ▶ Nuevas generaciones “digitalizadas”.
- ▶ Dificultades de acceso a las ciudades.
- ▶ Limitaciones en cuanto la disposición de recursos financieros, capacidad de gestión y la menor capacidad innovadora, que afecta especialmente al pequeño comercio.
- ▶ Pérdida de oportunidades para llevar a cabo estrategias de planificación global del comercio.
- ▶ Dificultad para detectar y analizar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado.
- ▶ Recursos humanos con deficiencias de competencias y habilidades clave: idiomas, atención al cliente, técnicas de venta, etc.

OPORTUNIDADES:

- ▶ La evolución de la sociedad: nuevos hábitos de compra, nuevas y cambiantes necesidades, nuevos canales de venta derivados de la explosión digital.
- ▶ Las posibilidades que ofrece la aparición de nueva tecnología; como por ejemplo la impresión 3D.

- ▶ Comercio de proximidad como punto de conveniencia del comercio electrónico.
- ▶ Incentivar el comercio especializado como punto de unión entre el centro comercial, los servicios de la ciudad y el centro turístico.
- ▶ Adoptar fórmulas que conlleven un mayor grado de modernización.
- ▶ Establecer formas más eficientes de aprovisionamiento (centrales de compras, cooperativas de consumo).
- ▶ Personalización del servicio.
- ▶ Revitalización zonas comerciales.
- ▶ Apoyo de administraciones públicas.
- ▶ Concienciar al empresario y a los profesionales de la importancia de la formación en el sector.
- ▶ Incrementar y mejorar la calidad de la formación del sector.
- ▶ Vinculación comercio-turismo. Mejorar los nodos de conexión del turismo con el comercio.
- ▶ Nuevas fórmulas comerciales. Franquicias.
- ▶ Mejorar el contacto con la clientela, la cercanía y el trato personal.
- ▶ Acceder a las nuevas tecnologías y a las nuevas técnicas comerciales (e-commerce)

RESUMEN FACTORES CRÍTICOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR

Comercio electrónico.

Aunque el e-commerce no constituye la mayor parte de las compras de los consumidores, la influencia digital en las compras offline es infinitamente superior; los consumidores se informan online antes y después compran offline. En los últimos años, las ventas online se han multiplicado y continúan creciendo a un ritmo sostenido. En el futuro, la mayoría de las compras de diversas categorías de productos ya se realizarán por medios digitales. Como consecuencia de ello, la distinción entre tiendas físicas y online está desapareciendo. Las tiendas físicas deben transformarse para complementar a las “en línea”, desarrollando ofertas con carácter de omnicanal. El comercio y, en especial, el pequeño comercio, debe ser innovador y ofrecer calidad y servicios con mejores niveles de eficiencia y eficacia. La innovación en el comercio minorista consiste en identificar carencias y necesidades insatisfechas de los clientes y detectar los huecos de mercado a los que poder dirigirse y aportar valor.

“Pese a que tradicionalmente existían intereses enfrentados entre el pequeño comercio y las grandes superficies comerciales, ahora ambos se enfrentan a irrupción del comercio electrónico. Todos los datos apuntan a un rápido e imparable crecimiento del comercio electrónico. El comercio tradicional en Canarias debe adaptarse a esta circunstancia y tratar de competir, mediante una posible transición paulatina”.

Empresa sector comercio

Necesidad de reducir la polarización del sector entre el comercio tradicional y los nuevos modelos de distribución comercial.

Como se afirma en el informe del SEPE “El contraste entre las empresas grandes y pequeñas del comercio minorista no es tan relevante ni determinante; la diferencia importante se encuentra entre una empresa tradicional o anquilosada y una empresa moderna. Esta es la clave real de la eficiencia y la competitividad. Tanto las empresas grandes como las pequeñas encuentran gran competencia en los operadores de venta online. (SEPE. Estudio Prospectivo del Sector Comercio Minorista en España, 2018, pág. 55)

“En cuanto al DAFO hay que diferenciar la situación del comercio tradicional y comercio actual porque el comercio tradicional tiene muchísimas amenazas, una de ellas, de la pyme comercial, es el cambio generacional, las nuevas generaciones no entienden el sentido del comercio tradicional y pequeño negocio y las dificultades y sacrificio que supone el negocio tradicional, además de la competencia feroz de las grandes superficies ... la supervivencia de estos negocios está supeditada al cambio generacional: quizás el negocio de pequeño comercio muy especializado podrá sobrevivir, el pequeño comercio sobrevivirá en tanto en cuanto sea capaz de adecuarse y responder a las necesidades de su entorno de negocio...”

Empresa sector comercio

Nuevos hábitos de compra. Cliente más informado y exigente. Se hace fundamental para las empresas estudiar y conocer a la perfección el proceso de compra por el que pasan sus clientes a través de herramientas como el Customer Journey Map (Mapa de Experiencia del Cliente) que permita identificar los momentos del proceso donde aumenta y disminuye la satisfacción del cliente. De este modo, será más fácil para el comerciante introducir medidas que potencien los momentos de elevada satisfacción y que minimicen los elementos que producen insatisfacción durante el proceso de compra.

Nuevas generaciones “digitalizadas”. Actualmente existe una parte de la población de mayor edad que no se ha familiarizado con el uso de las nuevas tecnologías, las futuras generaciones crecerán con el uso de internet, smartphones y la compra online. Según el SEPE en su estudio prospectivo del Comercio Minorista en España, se prevé que pese a los elevados crecimientos de 2 dígitos que ha presentado el comercio online en los últimos años, este crecimiento se prolongará en el tiempo por la llegada de nuevas generaciones “digitalizadas”.

Dificultades de acceso a las ciudades. El devenir del comercio en Canarias no es ajeno a la situación actual de la movilidad, el transporte y las infraestructuras que en determinadas zonas ocasionan problemas de acceso a las ciudades. Pese a no ser competencias exclusivas de Comercio, es indudable el efecto que tienen sobre la evolución, rentabilidad y competitividad de los comerciantes de Canarias.

De la multicanalidad a la omnicanalidad. Y de la omnicanalidad a la “estrategia channel-less”. La marca estará presente en todos los canales, de forma coherente y proyectando una imagen similar, pero el consumidor debe percibir que no se está moviendo entre varios canales, ya que éstos están fuertemente integrados, impidiendo distinguir cuándo se sale de uno para entrar en otro.

B. SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO:

El transporte de viajeros y mercancías en Canarias es un sector económico de una enorme y creciente importancia estratégica para la industria, el comercio y la movilidad de las personas. Sin embargo, a menudo se desconoce el valor de su aportación a la mejora y al equilibrio de la economía de las islas.

Junto a su potencial estratégico, el transporte adolece de importantes problemas que deben afrontarse claramente, sin obviar la cierta contradicción entre un desarrollo vigoroso del transporte de mercancías y la prioridad al transporte de viajeros derivada de otras vocaciones económicas como las más inmateriales (ligadas a la sociedad del conocimiento) y las residenciales y turísticas.

OBSTÁCULOS DEL SECTOR.

- ▶ **Debilidades en la cadena logística: infraestructuras, procesos y gestión.**
- ▶ **Problemas en cuanto a la distribución de mercancías urbana: Distribución Urbana de Mercancías**

La distribución urbana de las mercancías es uno de los grandes retos prioritarios que se debe solucionar en los próximos años. El sector ha cambiado mucho durante la última década, incrementándose las actividades relacionadas con la paquetería, debido al crecimiento de las compras online. Este aumento se ha unido al experimentado en el sector hostelero en la ciudad, junto con el reparto ordinario de mercancías en tiendas e instalaciones urbanas.

Esta problemática ha sido señalada por los entrevistados, indicando la necesidad de establecer fórmulas que amplíen los espacios destinados a estacionamientos de reparto, así como aumentar el horario en los barrios más céntricos.

- ▶ **Debilidades en cuanto a la formación y cualificación de los profesionales del sector**

Los entrevistados no han señalado graves problemas relacionados con la formación y cualificación de los profesionales, aunque si consideran que la rápida evolución que está experimentando el sector sobre todo en las actividades de logística, generan incertidumbre acerca de la captación de profesionales para los nuevos perfiles profesionales que se demandaran, relacionados con el control de la cadena de suministro, gestión de stocks, planificación de rutas, nuevos desarrollos en el sector portuarios, etc.

Por otra parte, han indicado la necesidad de más cursos de formación continua que cuenten con subvenciones públicas y que se ajusten a las nuevas demandas del mercado.

“Hay un plan específico de formación, que está bastante especializado y se va ajustando a las necesidades que van cambiando. El plan de formación va por unidades de gestión, hay partes generales, pero luego lo particular no es lo mismo el financiero que el de operaciones”.

Empresa sector transporte

“Hay que tomarse en serio las posibilidades de formación contundente para el sector. Hace falta más formación”.

Experto sectorial

Debilidades del sector: la atomización de las empresas y el parón comercial”

Empresa sector transporte

RESUMEN FACTORES CRÍTICOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR

Adaptación del sector a las demandas de los consumidores/clientes

En opinión de las empresas y organizaciones entrevistadas el sector se adapta actualmente a las necesidades de los clientes, ya que mecanismos como el seguimiento informático del estado del envío de las mercancías ha favorecido una fuerte inversión.

Esta situación ha propiciado que las empresas hayan tenido que adaptar sus formas de gestión e instalaciones, quedando excluidas aquellas que no han sabido adecuarse a las nuevas demandas.

También, la competencia actual y la fuerte exigencia de consumidores y clientes hacen que las empresas logísticas y de transporte deban ajustarse a sus exigencias. Aquellas que no han sabido adecuarse han terminado cerrando o siendo integradas dentro de corporaciones que cuentan con mayor capacidad de cambio.

“El sector se adapta a las demandas de los clientes y si no se adaptaba, se termina adaptando por su bien las empresas de transporte.”

Organización empresarial

“Cada vez las empresas del sector están más profesionalizadas y con el boom del comercio electrónico está claro que te adaptas o no sirves. El consumidor pide información, fecha de entrega correcta y las empresas de logística tienen una inquietud por garantizar esos plazos.”

Experto sectorial

“Sí, tienes que adaptarte, no tienes más remedio. Al final tienes que ir al ritmo de tu ciudad, no hay más opciones.”

Empresa sector transporte

Desafío de la logística urbana

Como se ha indicado anteriormente, la problemática actual de la capilaridad en la logística urbana ha sido exteriorizada ampliamente por los entrevistados, señalando la necesidad de establecer fórmulas que permitan incrementar los espacios destinados al estacionamiento de reparto y ampliar el horario en zonas céntricas de la ciudad.

Desarrollo de tecnologías de información para gestionar la cadena logística

Las empresas y agentes del sector entrevistados afirman que en los últimos años se ha robotizado algunos almacenes dedicados a la logística, incorporándose mayoritariamente el uso de medios informáticos para gestionar las mercancías y conocer en todo momento su localización.

No obstante, existen algunas empresas de pequeño tamaño a las que el acceso a estas tecnologías le está siendo más difícil por desconocimiento, por su coste o por la dificultad a la hora de aprovechar economías de escala.

También se ha indicado como en algunos casos la incorporación de ciertas tecnologías hace disminuir la necesidad de mano de obra o una cualificación algo menor. Esta situación implica el empeoramiento de las condiciones laborales, cuando solamente se destina el uso de nuevas tecnologías a abaratar los procesos.

Externalización de etapas de la producción o distribución.

Estas actividades suelen subcontratarlas con segundas empresas. El sector está muy profesionalizado y especializado, propiciando que las actividades que no saben realizarlas correctamente sean externalizadas a segundas empresas, con las que se crean vínculos de colaboración.

El problema más frecuente que se encuentran las empresas de transporte es el escaso margen de beneficios, siendo peores las condiciones con la crisis; problema que en un modelo de amplia subcontratación se convierte en un factor restrictivo para la competitividad del sector.

Especialización de los centros de producción.

Como se ha señalado anteriormente, es habitual que las empresas logísticas se especialicen. Generalmente las grandes empresas gestionan la logística, pero tienen subcontratado los servicios de transporte.

Del mismo modo, las compañías que necesitan servicios logísticos suelen subcontratarlos, dando un servicio que permite conectar el cliente con el operador de transporte. La organización actual del mercado ha ayudado a que las empresas terminen centrándose en determinados sectores de actividad.

En este proceso de especialización se destaca también la tendencia multimodal en un mercado que demanda procesos de suministro globales por proyectos/producto/tipo de servicio.

El papel de las administraciones públicas. Modelos colaborativos entre el sector y la administración.

Por parte de las empresas del sector y agentes sociales se demanda la necesidad de incrementar la comunicación y colaboración activa con las administraciones públicas, en materia de regulaciones normativas y desarrollo de infraestructuras para el sector, facilitando mecanismos que permita hacer llegar las mejoras que pueden ser necesarias para un mejor funcionamiento del sector.

Tendencias clave de evolución del sector.

Desde una perspectiva general se puede hablar de una serie de tendencias clave en el desarrollo del sector de transporte y almacenamiento que el tejido empresarial del sector en Canarias debería incorporar y/o profundizar en sus estrategias de desarrollo a medio y largo plazo.

Omnicanalidad: nueva estrategia por el comercio electrónico.

El comercio electrónico, e-Commerce, ha supuesto cambios en los hábitos de compra en todo el mundo y en consecuencia nuevos retos para las empresas logísticas. En este contexto, la omnicanalidad será clave para las empresas logísticas dado que la tendencia será integrar todos los canales de venta para ofrecer mayor flexibilidad y eficiencia al cliente durante todo el proceso desde la compra hasta la entrega del producto final con el fin de otorgar a los clientes una mayor libertad durante el proceso de compra. En conjunto, las empresas podrán optimizar la cadena de suministro y ahorrar en los costes de almacenamiento.

El condicionante futuro: la sostenibilidad.

El transporte debe contribuir al desarrollo y a la sostenibilidad del sistema económico y social. Para ello, existe la necesidad de cambiar las pautas de movilidad. Pero, además, un segundo elemento crucial para intentar hacer compatible transporte y sostenibilidad es la intermodalidad, que trata de combinar e integrar varios medios de transporte, tanto de personas como de mercancías, para desarrollar un transporte sostenible y eficiente. En cualquier caso, el hecho es que las empresas de transporte van a tener que incluir la sostenibilidad de una manera profunda y concienzuda en sus planes operativos y en la elaboración de sus ofertas.

La importancia de la sostenibilidad en el sector continúa siendo un elemento clave para el desarrollo futuro del sector.

En este sentido, se están poniendo en marcha nuevas iniciativas: mejor gestión de los recursos, uso de materiales biológicos innovadores, así como operaciones ecoeficientes. Todas estas iniciativas se dirigen a reducir el impacto ambiental, los costes generales de los procesos y mejorar la satisfacción del cliente. Asimismo, las empresas logísticas continúan impulsando la utilización de vehículos ecológicos y la optimización de sus rutas y redes de distribución, entre otras iniciativas.

Además, las instituciones públicas apuestan por la cooperación global y la innovación para fomentar la sostenibilidad en el sector.

Por otro lado, desde el sector se continúa impulsando el desarrollo de la denominada logística inversa, asociada a todas aquellas acciones que buscan recuperar el valor de los materiales que han sido utilizados, para respetar el medio ambiente. Ello incluye la gestión de las devoluciones, la de los posibles residuos, así como el reciclaje. En este sentido, la logística inversa constituye a la vez una oportunidad para contribuir a la conservación del medio ambiente y ofrecer un mejor servicio al cliente.

Logística colaborativa.

La colaboración entre los proveedores, los socios y los clientes en el proceso logístico está adquiriendo, cada vez más, relevancia en el sector. La logística colaborativa se basa en el intercambio de información, en redes compartidas de trabajo y en la automatización de los procesos. Por lo tanto, la colaboración en este nivel puede conllevar mejoras en la agilidad y la eficiencia, así como minimizar riesgos y reducir costes. En este contexto, las empresas están apostando por colaborar durante el proceso logístico, pero conservando el control estratégico de cada una de las mismas.

Nuevas tecnologías: apuesta por la integración.

Los adelantos tecnológicos son la tendencia clave del sector puesto que facilitan la innovación e influyen en la configuración de nuevas empresas, mercados y cadenas de suministro del sector logístico.

Asimismo, se prevé que, en un futuro próximo, la cadena logística estará impulsada por la creciente demanda y se basará en la inteligencia de datos, la integración de procesos y la interconexión. En este sentido, las empresas están empezando a incorporar nuevos adelantos tecnológicos, como por ejemplo: Cloud Computing, la localización inteligente, el internet de las cosas, entre otros. Además, el Big Data tiene un papel importante ya que permite obtener datos a tiempo real y calcular riesgos para aumentar la flexibilidad en los procesos y las operaciones logísticas.

De este modo, las empresas podrán acelerar el tiempo de entrega de mercancías y, en consecuencia, ofrecer un servicio más rápido y ágil a sus clientes. Por otro lado, las innovaciones técnicas proporcionarán más información a todos aquellos implicados en el proceso logístico, ya sean clientes o empresas, pudiendo conocer en qué momento del proceso se encuentra la mercancía. Un buen ejemplo de esto son los contenedores o palés inteligentes con sensores.

Además, se prevé que la incorporación de tecnología 3D en el proceso logístico irá incrementándose a lo largo de los próximos años. Esta tecnología permitirá flexibilizar los procesos, trabajando bajo demanda para reducir costes y tiempo, así como facilitará a las pequeñas empresas poder distribuir localmente.

C. SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO:

La valoración realizada por las empresas y otros agentes del sector sobre los factores que están incidiendo en la competitividad o contexto actual del sector de hostelería y turismo, atribuye el mayor nivel de impacto a los factores de mercado (demanda, competencia, precios, servicios, etc.), a los cambios en hábitos o modelos de consumo turístico o comportamiento de clientes (formas de reservar o usar los servicios y expectativas de clientes), a factores económicos (costes y productividad), factores tecnológicos (interno/externos, Big data, reservas online, etc.) y a la disponibilidad y capacitación de recursos humanos.

A continuación se presenta una aproximación de los principales factores críticos del sector obtenidos del análisis de las entrevistas realizadas con agentes del sector:

DEBILIDADES:

- ▶ Alta dependencia del transporte aéreo.

“Nuestra dependencia es mayor de las compañías ya que antes el turoperador te paquetizaba y ahora la contratación directa nos exige más rutas directas... esto necesita una acción conjunta con el gobierno para sentarse con los mayoristas, subsidiando primeras rutas para que se conozcan y evitar la salida de compañías”.

Empresa sector turismo

- ▶ Actuación pública muy débil: necesidad de mayor conocimiento y mecanismos para poder tomar decisiones.
- ▶ Oferta poco diferenciada y especializada, con excesivo peso del modelo de alojamiento.

“Nuestra estructura empresarial del turismo es muy esquelética... adolece de nutrientes... es necesario potenciar nuevas vivencias, el turismo es experiencial es caso cualquier cosa... lo que requiere un operador turístico capaz de interaccionar con el cliente y buscar los que le sorprenda al cliente en cada momento... combinando fuentes y recursos diversos; arquitectónicos, paisajísticos, naturales, gastronómicos, culturales, etc. Ahí tenemos un déficit que paradójicamente no se está abordando de forma decidida en los planes estratégicos del sector ni en el campo de la formación”.

Experto sectorial

- ▶ Valoración del marco normativo que incide en la regulación y actividad del sector. Notable ineficiencia y desconfianza en el marco jurídico actual.

“Prevalece una visión desfasada y acartonada de la protección y conservación del patrimonio natural, medioambiental, etc.... el turismo puede ser una fuerza activa en favor de la regeneración de los ecosistemas al mismo tiempo que genera valor... pero eso pasa por una gestión real del territorio más que una visión celosa y centrada en la aplicación de la norma. Se gestiona para generar y mejorar un capital natural de primer orden como fuentes de valor turístico”.

Experto sectorial

- ▶ Se mantiene en la Pyme un modelo de competitividad en costes y no en calidad.

“El sector turístico puede hacer más por actuar en el ámbito de las condiciones laborales, mejorar las condiciones laborales en las que se desarrolla la actividad: no solo por razones éticas y de cumplimiento del derecho a un trabajo digno, sino de competitividad del sector.”

Experto sectorial

“La productividad está ligada con la formación y con la calidad de las organizaciones... si la empresa no está eficientemente estructurada no se podrán aprovechar las competencias y potencialidades de las personas”.

Experto sectorial

- ▶ Alta tasa de dualidad en la estructura y tejido empresarial.

“Tenemos un problema grave de formación, pero también un problema de calidad de nuestras empresas una dualidad de organizaciones con altos estándares de calidad frente a una parte del tejido empresarial que por diversos factores responden a otro nivel de exigencias y lo que se requiere son políticas públicas y empresariales para apoyar y acompañar el proceso de evolución y desarrollo de esta parte del tejido empresarial del sector. En un sector como el turístico con el nivel de interdependencias corregir esta situación afecta a todo el sector: por lo que en tu entorno empresarial lo que prime sea la excelencia va en tu haber de la cuenta de resultados y de reputación”.

Experto sectorial

- ▶ Necesidad de desarrollo de un modelo de turismo sostenible. Degradación medioambiental de determinadas zonas turísticas.

FORTALEZAS

- ▶ Tradición, experiencia y liderazgo turístico a nivel mundial.

Canarias sigue siendo uno de los destinos preferentes por las condiciones geográficas, climáticas y por qué aporta seguridad para los turistas y para los inversores; ofrece seguridad jurídica, asistencia sanitaria de calidad, internacionalización de las cadenas hoteleras, estabilidad económica y macroeconómica.

“Formamos parte de Europa frente a otros destinos lo que da seguridad jurídica, sanitaria, etc., seguimos siendo un destino referente en Europa, otros destinos que estaban empezando se van a ver más afectados por la crisis actual...”

Empresa sector turismo

“A nivel sanitario el virus va a remitir mucho antes... esto unido a las condiciones de clima se convierte en uno de los destinos más seguros de Europa”.

Empresa sector turismo

- ▶ Fortaleza del sector y mejora de ciertas claves de la gobernanza turística.

“Lo mismo sucede en Canarias en el último trimestre en indicadores de llegadas en gasto y en beneficios empresariales y lo que sorprende positivamente esto ha sucedido en periodo de coyuntura por Thomas Cook lo que pone de relieve que hay más capacidad de respuesta a nivel regional y local frente a los stocks... en dos sentidos: en los resultados y en capacidad de coordinar esfuerzos de los operadores a nivel empresarial como actores gubernamentales”.

Experto sectorial

- ▶ Alta tasa de fidelización de los turistas que repiten visitas a la región, ha crecido del 11% al 22%.
- ▶ Importante infraestructura aeroportuaria.
- ▶ Existe una amplia oferta de alojamiento y restauración y una variedad de servicios turístico y creciente oferta de actividades complementarias (ocio, gastronómicas, culturales, etc.).

AMENAZAS

- ▶ Paralización de la actividad económica y riesgo de recesión económica internacional a corto plazo provocada por la crisis del Covid-19.
- ▶ Antes de la crisis del Coronavirus ya se advertían indicadores de contexto internacional incierto, complejo y turbulento.

“El turismo es una actividad globalizada y, por tanto, sometida a múltiples factores de incertidumbres, guerras comerciales, hasta problemas de orden financiero mundial, sin embargo, es cierto que la actividad turística se ha consolidado en la cultura global como un derecho vital, lo que no quiere decir que cambios en la coyuntura económica o condiciones políticas no afecten, pero afectan más a la geografía o latitudes de los flujos turísticos que a las magnitudes del turismo; la magnitud es tercamente persistente en el crecimiento (...) este cambio en el fenómeno

turístico ha reducido el impacto negativos de factores de coyuntura y tenemos una actividad muy consolidada a nivel global. A nivel nacional en un horizonte de desaceleración económica, incertidumbre derivado de guerras comerciales, contexto financiero, etc. hemos tenido unos resultados del tercer trimestre muy potente en gasto turístico y en beneficio empresarial: el sector goza de buena salud”.

Experto sectorial

- ▶ Crecimiento de destinos competidores, fundamentalmente europeos y del norte de África.
- ▶ Cambios en el modelo de negocio.

“A nivel del sector turístico la crisis del modelo de Thomas Cook ha tenido impacto sobre el modelo de negocio hotelero y los modos de posicionarse ya que las agencias on line están ganado la batalla a los tour operadores, así como a la conectividad de las islas con los países emisores, ya que nuestra dependencia es mayor de las compañías, antes el tour operador te paquetizaba y ahora la contratación directa nos exige más rutas directas... esto necesita una acción conjunta con el gobierno para sentarse con los mayoristas, subsidiando primeras rutas para que se conozcan y evitar la salida de compañías”

Empresa sector turismo

- ▶ El modelo de turismo sostenible requiere ajustar las condiciones de desigualdad socioeconómicas.

“Destacar dos cosas: En el ámbito social una de las amenazas mayores que se ciernen sobre el sistema económico mundial radica en no poner coto a las desigualdades extremas... Necesidad de estabilizar los factores de funcionamiento de las condiciones económicas para que la gente pueda seguir viajando y reclamando el derecho al turismo”

Experto sectorial

- ▶ Abandono de slots y rutas por parte de compañías aéreas que amenaza con afectar a la conectividad de Canarias, factor clave en el modelo turístico actual.
- ▶ Estancamiento de los parámetros de calidad de la oferta y de algunas infraestructuras turísticas.
- ▶ Impacto del Brexit.
- ▶ Los desastres naturales y efectos negativos del cambio climático.

Es necesario reforzar la prevención de los desastres naturales. Además, es imprescindible cuidar el medio ambiente y preservar los recursos naturales para minimizar los efectos del cambio climático que amenazan las costas y playas. Resulta imprescindible cuidar las playas y mares que son fundamentales para el desarrollo turístico y trabajar para que se genere mayor nivel de producción de energía limpia para disminuir el dióxido de carbono y la contaminación.

- ▶ No aprovechar las oportunidades que ofrece el uso de la tecnología en el desarrollo de la actividad turística.

OPORTUNIDADES

- ▶ En el futuro próximo continuarán siendo los no residentes los que registrarán la inmensa mayoría de pernoctaciones que se registran en Canarias, junto a la apuesta decidida por un turismo de calidad dadas las importantes potencialidades turísticas que atesora Canarias.
- ▶ Atender a los cambios en la cultura del consumidor de servicios turísticos.

Realizar cambios en la oferta de estos servicios para beneficiarse de esta nueva cultura, desarrollando nuevos productos turísticos basados en el ecoturismo, el turismo experiencial, el turismo cultural, el turismo deportivo, etc.

- ▶ Potencialidad de ofertas turísticas: Turismo Activo, Cultural, Turismo Naranja, etc.
- ▶ La tendencia de diseñar los eventos de forma que dejen una huella, un impacto positivo (social, medioambiental, etc.) en las comunidades que los acoge, representa una oportunidad de lograr una diferenciación y sacarle capital social y de relaciones públicas a los eventos.
- ▶ Las nuevas formas de captación de clientes a través de portales de internet especializados y a través de Redes Sociales y las reservas online.
- ▶ Hay notables oportunidades de desarrollo en el sector ocio y gastronomía.

“El desarrollo de las actividades complementarias del Turismo ligadas al ocio, la cultura, la gastronomía tienen un potencial de crecimiento y capacidad de recorrido muy importante en el futuro del sector y como factor de innovación, modernización, diversificación de la oferta y calidad..”

Experto sector turismo

RESUMEN FACTORES CRÍTICOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR.

En las entrevistas realizadas se han puesto de relieve las siguientes ideas y argumentos relativos a los retos que, como consecuencia del DAFO, tiene que afrontar el sector de hostelería y turismo para mejorar la competitividad a medio y largo plazo, como objetivo para mantener y consolidar la posición de liderazgo que Canarias tiene como destino turístico a nivel internacional sobre todo en el nuevo escenario de elevada incertidumbre y complejidad que ha supuesto el tsunami de la crisis del Covid-19 y sus consecuencias aun difícilmente cuantificables a corto y medio plazo.

Es necesario diversificar el modelo turístico.

“El modelo turístico canario está basado en el alojamiento canario y ahí es muy robusto y hay un cierto margen de mejora para el crecimiento, pero en todo lo que rodea a la cadena de valor del turismo es muy débil... ocio, marketing para el sector, comercialización, en el empleo, en la tecnología, en la formación...”

Tenemos unas condiciones naturales únicas para el desarrollo turístico... el reto más importante es ser capaces de afrontar la competencia de destinos que ofrecen productos y experiencias de mayor calidad.

No se trata de renegar del modelo de sol y playa sino de interpretar la diversidad y multiactividad creciente de las aspiraciones del turista”.

Experto sectorial

Sector complejo interdependiente en la que la colaboración público-privada es esencial para el dinamismo del sector.

“Las sombras en la economía a nivel internacional no tienen por qué provocar efectos negativos intensos y potentes en el sector... La recuperación del mediterráneo no está suponiendo una hecatombe para canarias debido al crecimiento del flujo turístico global como la fidelización de parte del turismo prestados del Mediterráneo etc... el retorno del mediterráneo no está significando una caída significativa del turismo en Canarias... lo que también evidencia la robustez del sector ya que estamos aprendiendo a gestionar la industria con un ojo en el presente, pero también en el futuro con tendencias de mayor estabilidad”.

Experto sectorial

Potenciar las conexiones y relaciones entre diferentes sectores y actividades.

“Falta de conexión e interdependencia entre muchos sectores; agricultura, comercio, transporte... están aún por desarrollar para obtener el efecto multiplicador del gastos turístico... tenemos que progresar mucho en esta conexión entre sectores que forma parte de la cadena de valor del turismo”.

Empresa sector turismo

“También falta la coordinación de las políticas que inciden en el desarrollo territorial insular local con la iniciativas turísticas innovadoras”.

Experto sectorial

“Hay iniciativas muy interesantes en cuanto a identificar buenas prácticas en el territorios... pero falta la vertebración desde la configuración de las políticas públicas”.

Experto sectorial

Agenda estratégica en la acción contra el cambio climático problemas con los ecosistemas naturales.

“Se necesita una acción público-privada concertada para la gestión del cambio climático. Representa una extraordinaria oportunidad ya que es una preocupación fundamental en Europa que es nuestro mercado de origen”.

Representante de la administración

“El turismo es uno de los sectores más interesados en la transición energética, la descarbonización y la lucha contra el cambio climático convirtiéndose en productores de energía a un coste muy inferior al que están pagando. La Declaración de emergencia climática apunta en la nueva dirección”.

Experto sectorial

“Incremento de la variabilidad climática, olas de calor etc. incide negativamente en las decisiones del turista y puede alterar la visión amable del clima de Canarias como valor seguro y permanente”

Empresa del sector turismo

Innovación de los servicios en otros mercados impulsando la innovación local para mantener a Canarias en buenos términos competitivos en el turismo y se logre la preferencia y repetición de la visita de los turistas.

Incorporación de la tecnología e innovación en todos los procesos de las diferentes actividades del sector.

“Hay que apostar por el uso y producción en base a tecnología. Es ahí donde hay mucho nicho de empleo. A nivel tecnológico, se deberían usar la inteligencia artificial, robótica... fundamental para el desarrollo del sector”.

Empresa sector

Potencialidad del modelo de Turismo Naranja.

En los últimos años, en el marco del debate sobre la importancia de la economía cultural y creativa, a la que se ha denominado "economía naranja", asistimos al impulso de una verdadera alianza entre los sectores cultural y turístico para fomentar el turismo cultural y creativo al que se ha optado por ponerle también color como a otros segmentos del turismo, así nace el concepto de "turismo naranja".

El destino naranja es un territorio con identidad cultural, un destino con recursos culturales y creativos que tiene la economía naranja como uno de sus ejes de desarrollo endógeno y genera una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él. El destino naranja debe disponer de un portafolio de productos derivados de la acción creativa de la comunidad local, o de la interacción de ésta con el turista.

No hay ninguna duda de que el sector está adaptándose a las nuevas demandas del turista actual, que ya no busca un destino sino vivir experiencias únicas y auténticas.

“La tendencia en relación al turista/cliente es su “empoderamiento” en todas las actividades turística, convirtiéndose de manera definitiva en el centro del negocio. El consumo o uso del servicio turístico está cambiando, el consumidor ejerce la autogestión a través de las plataformas digitales y aplicaciones de compra de tickets de traslados, reservas, buscadores, agregadores y desarrollo de pagos electrónicos, disponibles para el turismo”

Experto sectorial

“Todos los turistas son cada vez más multiactividad: esta interesados en realizar muchas cosas y lo que está por desarrollar en un concepto de networking para que cada parte de la cadena de valor conecte con las demás... lo cual conecta con la idea de la competencia conjunta para que el destino sea mejor”.

Experto sectorial

El Turismo Naranja tiene mucho que ver con las industrias culturales y creativas que engloban aquellos sectores cuya actividad tiene como objetivo la producción, promoción y comercialización de bienes y servicios, directamente relacionado con la cultura, el arte, la creatividad, el divertimento y el ocio activo.

El turismo naranja es un articulador y potenciador de la economía naranja, la economía cultural y creativa, contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identi-

dad y mediante la configuración de destinos naranja, territorios o clúster turísticos con identidad cultural.

Necesidad de una estrategia compartida entre los agentes del sector y las administraciones públicas implicadas en la promoción y regulación del sector.

La productividad del sector está basada en formación y la calidad de las organizaciones.

La formación del capital humano en el sector de Hostelería y Turismo es un objetivo clave para asegurar su competitividad de forma sostenible y las necesidades que pueda requerir el futuro posicionamiento diferencial del sector y sus diversos destinos, tanto desde una perspectiva comercial, de producto, o de los condicionantes del mercado laboral.

En este sentido, todos los agentes del sector consultados coinciden en la necesidad de una mayor cualificación profesional en el personal de base, la mayor parte de puestos de trabajo relacionados con la actividad turística requiere de competencias específicas para las que se necesitan unas habilidades técnicas concretas. En algunos subsectores y ámbitos empresariales (en particular en alojamiento y restauración) se identifica una oportunidad en incrementar el esfuerzo en formación profesional y continua para obtenerlas.

“El sector turístico es intensivo en capital humano y el valor de la calidad del servicio pasa por el valor y calidad de los profesionales....esto debe llevar a las empresas el sector a apostar cada vez más por la formación y la cualificación permanente de los empleados y a los sistemas educativos y de formación a potenciar el desarrollo de una oferta formativa que cubra adecuadamente las necesidades actuales y cambiantes del sector”

Experto sectorial

5.

Caracterización del empleo y los perfiles profesionales

5.1. Características del empleo
y perfiles profesionales
por sectores

5.2. Prospectiva del empleo
y perfiles profesionales

5.

Caracterización del empleo y los perfiles profesionales

5.1. Características del empleo y perfiles profesionales por sectores.

5.1.1. Perfil sociolaboral población ocupada en Canarias

Para el análisis de la caracterización laboral y perfiles profesionales en los sectores objeto de estudio, tenemos que partir de los datos agregados para la división sectorial a efectos de los datos estadísticos que ofrecen organismos como el ISTAC a nivel de Canarias y el INE a escala nacional:

Tabla 86. Población activa según sexo y sectores. Canarias.

	2019 CUARTO TRIMESTRE		
	AMBOS SEXOS	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	1.157,70	616,99	540,71
Agricultura	34,17	26,75	7,43
Industria	38,18	29,63	8,56
Construcción	56,22	53,25	2,97
Servicios	910,26	453,62	456,64
<i>Unidad de medida: Miles de personas</i>			

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Como vemos en la tabla anterior el número de personas activas en el sector servicios (que es el que reúne los sectores de comercio, transporte y hostelería) es de 910.000 personas, lo cual representa un 78.6% del total de población activa, por lo que se deduce que un porcentaje muy alto de la población se encuentra dedicada a los sectores objeto de estudio. Es interesante resaltar la paridad en estos sectores, puesto que se encuentra repartido entre hombres y mujeres en prácticamente un 50%.

Tabla 87. Ocupados y parados por sectores. IV trimestre 2019.

	TOTAL	OCUPADOS	PARADOS
Agricultura	34,2	28,3	5,9
Industria	38,2	37,5	0,7
Construcción	56,2	49,3	6,9
Servicios	910,3	825,2	85,1

Unidad de medida: Miles de personas

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del INE. Unidad de medida: Miles de personas.

En cuanto a los datos de paro, podemos resaltar de los datos anteriores que el 87,8% de los ocupados se encuentran en el sector servicios, siendo un sector en el que se concentran prácticamente todos los ciudadanos ocupados.

En la siguiente tabla, en la que vemos desgranado el sector servicios en los subsectores objeto de estudio, volvemos a observar cómo el sector comercio (7.719 contratos en el mes de febrero), hostelería (20.249 contratos en el mes de febrero) y transporte (2.096 contratos en el mes de febrero) conforman el 49% de todos los contratos creados únicamente durante el mes de febrero de 2020 en las Islas Canarias.

Tabla 88. Resumen de los contratos en el mes de febrero 2020. Canarias.

RESUMEN DE LOS CONTRATOS EN EL MES DE FEBRERO 2020, CANARIAS								
SECTOR ECONÓMICO	FEBRERO DE 2020	% SOBRE EL TOTAL	VARIACIÓN MENSUAL	VARIACIÓN MENSUAL EN %	ENERO DE 2020	VARIACIÓN ANUAL	VARIACIÓN ANUAL EN %	FEBRERO DE 2019
AGRICULTURA	1.111	1,83%	-20	-1,77%	1.131	-207	-15,71%	1.318
HOSTELERÍA	20.249	33,33%	-992	-4,67%	21.241	1.703	9,18%	18.546
INDUSTRIA	2.325	3,83%	-424	-15,42%	2.749	-206	-8,14%	2.531
CONSTRUCCIÓN	4.178	6,88%	160	3,98%	4.018	-209	-4,76%	4.387
COMERCIO	7.719	12,71%	-869	-10,12%	8.588	-492	-5,99%	8.211
RESTO DE SERVICIOS	25.173	41,43%	-2.511	-9,07%	27.684	-229	-0,90%	25.402
Servicio a edificios y actividades de jardinería	2.355		-499	-17,48%	2.854	-169	-6,70%	2.524

Educación	2.244	82	3,79%	2.162	196	9,57%	2.048
Transporte terrestre y por tubería	2.096	-230	-9,89%	2.326	489	30,43%	1.607
Actividades administrativas de oficina y otras	1.804	-23	-1,26%	1.827	-166	-8,43%	1.970
TOTAL, CONTRATOS SECTOR	60.755	-4.656		65.411	360		60.395

Fuente: OBECAN. Resumen informe de paro y contratos mensual. Enero 2020.

Por último, el 38,6% de los ocupados en Canarias posee educación superior, representando el mayor porcentaje individual. Sin embargo, agrupadamente, es la mayor parte de la población la que no dispone de un título superior (62% de la población).

Tabla 89. Ocupados por nivel de formación alcanzado, sexo. Porcentajes respecto del total de cada comunidad. Canarias.

	AMBOS SEXOS	HOMBRES	MUJERES
	2019T4	2019T4	2019T4
Total	100,0	100,0	100,0
Analfabetos	0,1	0,1	0,1
Estudios primarios incompletos	1,1	1,3	0,8
Educación primaria	6,5	8,1	4,6
Primera etapa de Educación Secundaria y similar	26,2	30,0	21,8
Segunda etapa de educación secundaria, con orientación general	18,2	18,6	17,7
Segunda etapa de educación secundaria con orientación profesional (incluye educación postsecundaria no superior)	9,2	8,4	10,3
Educación Superior	38,6	33,5	44,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

Las estadísticas a nivel nacional son idénticas, con un 38,6% de ocupados con titulación superior, frente al 62% restante (ver siguiente tabla).

Tabla 90. Ocupados por nivel de formación alcanzado, sexo y Comunidad Autónoma. Valores absoluto.

	AMBOS SEXOS		HOMBRES		MUJERES	
	2019 T4	% AMBOS SEXOS	2019 T4	% HOM-BRES	2019 T4	% MUJERES
Total	940,3	-	509,2	-	431,1	-
Analfabetos	1	0,11	0,6	0,12	0,4	0,09
Estudios primarios incompletos	9,9	1,05	6,6	1,30	3,4	0,79
Educación primaria	61,3	6,52	41,4	8,13	19,9	4,62
Primera etapa de Educación Secundaria y similar	246,8	26,25	152,8	30,01	94	21,80
Segunda etapa de educación secundaria, con orientación general	171	18,19	94,7	18,60	76,3	17,70
Segunda etapa de educación secundaria con orientación profesional (incluye educación postsecundaria no superior)	86,9	9,24	42,6	8,37	44,3	10,28
Educación Superior	363,4	38,65	170,5	33,48	192,9	44,75

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

5.1.2. Estructura ocupacional. Ocupaciones y puestos de trabajo.

Para presentar la configuración de la estructura ocupacional de los sectores tradicionales se ha tomado como referencias las clasificaciones de ocupaciones tanto a nivel internacional (CIUO) como nacional (CNO). Gracias a esta disgregación, tanto a nivel Nacional e Internacional podemos observar el rango total de ocupaciones de cada sector.

SECTOR COMERCIO

Tabla 91. CIUO-08. Comercio.

CIUO-08 PARA EL SECTOR DE COMERCIO	
332	agentes comerciales y corredores
3324	agentes de compras y consignatarios
333	agentes de servicios comerciales
5223	asistentes de venta de tiendas y almacenes
523	cajeros y expendedores de billetes
5230	cajeros y expendedores de billetes
5221	comerciantes de tiendas
522	comerciantes y vendedores de tiendas y almacenes
5242	demostradores de tiendas
5245	expendedores de gasolineras
142	gerentes de comercios al por mayor y al por menor
1412	gerentes de restaurantes
524	otros vendedores
3322	representantes comerciales
5222	supervisores de tiendas y almacenes
3119	técnicos en ciencias físicas y en ingeniería no clasificados bajo otros epígrafes
5	trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados
52	vendedores
5212	vendedores ambulantes de productos comestibles
521	vendedores callejeros y de puestos de mercado
5246	vendedores de comidas al mostrador
5211	vendedores de quioscos y de puestos de mercado
5249	vendedores no clasificados bajo otros epígrafes
5244	vendedores por teléfono
5243	vendedores puerta a puerta
3339	agentes de servicios comerciales no clasificados bajo otros epígrafes
3354	agentes de servicios de expedición de licencias y permisos
431	auxiliares contables y financieros
12	directores administradores y comerciales
1324	directores de empresas de abastecimiento, distribución y afines
1	directores y gerentes
43	empleados contables y encargados del registro de materiales

42	empleados en trato directo con el público
1420	gerentes de comercios al por mayor y al por menor
1439	gerentes de servicios no clasificados bajo otros epígrafes.
41	oficinistas
411	oficinistas generales
4110	oficinistas generales
413	operadores de máquinas de oficina
4131	operadores de máquinas de procesamiento de texto y mecanógrafos
44	otro personal de apoyo administrativo
441	otro personal de apoyo administrativo
143	otros gerentes de servicios
421	pagadores y cobradores de ventanilla y afines
4	personal de apoyo administrativo
412	secretarios (general)
4120	secretarios (general)
334	secretarios administrativos y especializados
3522	técnicos de ingeniería de las telecomunicaciones
35	técnicos de la tecnología de la información y las comunicaciones
3514	técnicos de la web
3521	técnicos de radiodifusión y grabación audio visual
3512	técnicos en asistencia al usuario de tecnología de la información y las comunicaciones
3511	técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones
351	técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones y asistencia al usuario
3513	técnicos en redes y sistemas de computadores
352	técnicos en telecomunicaciones y radiodifusión

Fuente: CIUO-o8.

En la tabla anterior vemos un listado general de todas las ocupaciones que afectan tanto a este sector, como algunas que son transversales para varios sectores.

Para una mayor disgregación recurrimos a las ocupaciones que se dan a nivel nacional, únicamente para el sector de comercio. De esta manera podemos analizar aquellas que se encuentran en nuestro país, junto con los datos proporcionados por el SEPE, en el que se analiza también las formas de acceso al empleo dentro de las categorías de “Nueva contratación”, “Trabajador autónomo” y “Reposición jubilación”:

Tabla 92. Ocupaciones por CIUO-08. Comercio.

OCUPACIONES	FORMAS DE ACCESO AL EMPLEO		
	NUEVA CONTRATACIÓN	AUTÓNOMO	REPOSICIÓN JUBILACIÓN
Gran grupo 1: directores y gerentes			
Gerente de comercio electrónico	60	36	4
Directores comerciales y de ventas	47,83	30,43	21,74
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	15,38	61,54	23,08
Directores de empresas de abastecimiento / Transporte / Distribución y afines	72,73	27,27	0
Gran grupo 2: Técnicos y profesionales científicos e intelectuales			
Experto en marketing digital	55,26	44,74	0
Gestor de redes sociales	45,95	54,05	0
Especialista en posicionamiento digital (SEO)	45,45	54,55	0
Especialista en marketing de buscadores (SEM)	40	60	0
Responsable social media	48	52	0
Experto en analítica web	61,9	38,1	0
Growth hacker	28,57	71,43	0
Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	55	45	0
Profesionales de la publicidad y la comercialización	29,41	70,59	0
Vendedores técnicos en general		71,43	14,29
Gran grupo 3: Técnicos, profesionales de apoyo			
Técnicos de la web	56,67	43,33	0
Técnicos en comercio exterior	83,33	16,67	0
Agentes y representantes comerciales	37,5	62,5	0
Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	100	0	0
Gran grupo 4: empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina			
Gran grupo 5: trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y vendedores			
Dependientes en tiendas y almacenes	84	0	16
Jefes de sección de tiendas y almacenes	63,16	10,53	26,32
Teleoperadores	80	10	10
Cajeros de comercio	100	0	0
Técnicos auxiliares de farmacia	75	0	25

Empleados administrativos comerciales en general	100	0	0
Operadores de telemarketing	57,14	28,57	14,29
Gran grupo 7: Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras			
Gran grupo 8: Operadores de instalaciones y maquinaria y montadores			
Carniceros	81,25	6,25	12,5
Panaderos /pasteleros y confiteros	50	35,71	14,29
Conductores asalariados de camiones	37,5	50	12,5
Operadores de carretillas elevadoras	85,71	0	14,29
Conductores asalariados de automóviles / taxis y furgonetas	33,33	66,67	0
Gran grupo 9: Ocupaciones elementales			
Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	50	41,67	8,33
Reponedores	90,91	0	9,09
Mozos de carga y descarga / almacén y/o mercado de abastos	60	10	30

Fuente: SEPE. Estudio prospectivo del sector comercio minorista en España, 2018.

SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Presentamos el listado de ocupaciones tanto internacionales (CIUO), como nacionales (CNO), para describir el campo laboral de este sector:

Tabla 93. CIUO-08. Transporte.

CIUO-08 PARA LOS SECTORES DE TRANSPORTE	
3	técnicos y profesionales de nivel medio
31	profesionales de las ciencias y la ingeniería de nivel medio
311	técnicos en ciencias físicas y en ingeniería
3112	técnicos en ingeniería civil
3113	electrotécnicos
3114	técnicos en electrónica
3115	técnicos en ingeniería mecánica
3331	declarantes o gestores de aduana
3341	supervisores de secretaría
3351	agentes de aduana e inspectores de fronteras

511	personal al servicio directo de los pasajeros
5111	auxiliares de servicio de abordó
5112	revisores y cobradores de los transportes públicos
831	maquinistas de locomotoras y afines
8311	maquinistas de locomotoras
8312	guardafrenos, guardagujas y agentes de maniobras
832	conductores de automóviles, camionetas y motocicletas
8322	conductores de automóviles, taxis y camionetas
833	conductores de camiones pesados y autobuses
8331	conductores de autobuses y tranvías
8332	conductores de camiones pesados
834	operadores de equipos pesados móviles
835	marineros de cubierta y afines
8350	marineros de cubierta y afines
93	peones de la minería, la construcción, la industria manufacturera y el transporte
3339	agentes de servicios comerciales no clasificados bajo otros epígrafes
3354	agentes de servicios de expedición de licencias y permisos
431	auxiliares contables y financieros
12	directores administradores y comerciales
1324	directores de empresas de abastecimiento, distribución y afines
1	directores y gerentes
43	empleados contables y encargados del registro de materiales
42	empleados en trato directo con el público
1420	gerentes de comercios al por mayor y al por menor
1439	gerentes de servicios no clasificados bajo otros epígrafes.
41	oficinistas
411	oficinistas generales
4110	oficinistas generales
413	operadores de máquinas de oficina
4131	operadores de máquinas de procesamiento de texto y mecanógrafos
44	otro personal de apoyo administrativo
441	otro personal de apoyo administrativo
143	otros gerentes de servicios

421	pagadores y cobradores de ventanilla y afines
4	personal de apoyo administrativo
412	secretarios (general)
4120	secretarios (general)
334	secretarios administrativos y especializados
3522	técnicos de ingeniería de las telecomunicaciones
35	técnicos de la tecnología de la información y las comunicaciones
3514	técnicos de la web
3521	técnicos de radiodifusión y grabación audio visual
3512	técnicos en asistencia al usuario de tecnología de la información y las comunicaciones
3511	técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones
351	técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones y asistencia al usuario
3513	técnicos en redes y sistemas de computadores
352	técnicos en telecomunicaciones y radiodifusión

Fuente: Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIOU-08).

Tabla 94. Código CNO. Ocupación Transporte.

CÓDIGO CNO	DESCRIPCIÓN OCUPACIÓN TRANSPORTE
1432	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor
3126	Técnicos en mecánica
3151	Jefes y oficiales de máquinas
4123	Empleados de logística y transporte de pasajeros y mercancías
4412	Recepcionistas (excepto de hoteles)
5220	Vendedores en tiendas y almacenes
5821	Auxiliares de vuelo y camareros de avión, barco y tren
7131	Carpinteros (excepto ebanistas)
7232	Pintores en las industrias manufactureras
7313	Chapistas y caldereros
7401	Mecánicos y ajustadores de vehículos de motor
7402	Mecánicos y ajustadores de motores de avión
7403	Mecánicos y ajustadores de maquinaria agrícola e industrial
7404	Mecánicos y ajustadores de maquinaria naval y ferroviaria
7521	Mecánicos y reparadores de equipos eléctricos

8201	Ensambladores de maquinaria mecánica
8333	Operadores de carretillas elevadoras
8411	Conductores propietarios de automóviles, taxis y furgonetas
8412	Conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas
8420	Conductores de autobuses y tranvías
8432	Conductores asalariados de camiones
9432	Mozos de equipaje y afines
9811	Peones del transporte de mercancías y descargadores

Fuente: Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO).

SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Al igual que en el sector de comercio, y para completar la radiografía laboral del sector, presentamos el listado de ocupaciones internacionales (CIUO), seguido del listado a nivel nacional (CNO):

Tabla 95. CIUO-08. Hostelería.

CIUO-08 PARA EL SECTOR DE HOSTELERÍA	
14	gerentes de hoteles, restaurantes, comercios y otros servicios
141	gerentes de hoteles y restaurantes
1411	gerentes de hoteles
5113	guías de turismo
512	Cocineros
5120	Cocineros
513	Camareros
5131	camareros de mesas
5132	camareros de barra
5169	trabajadores de servicios personales no clasificados bajo otros epígrafes
3339	agentes de servicios comerciales no clasificados bajo otros epígrafes
3354	agentes de servicios de expedición de licencias y permisos
431	auxiliares contables y financieros
12	directores administradores y comerciales
1324	directores de empresas de abastecimiento, distribución y afines
1	directores y gerentes
43	empleados contables y encargados del registro de materiales
42	empleados en trato directo con el público
1420	gerentes de comercios al por mayor y al por menor

1439	gerentes de servicios no clasificados bajo otros epígrafes.
41	Oficinistas
411	oficinistas generales
4110	oficinistas generales
413	operadores de máquinas de oficina
4131	operadores de máquinas de procesamiento de texto y mecanógrafos
44	otro personal de apoyo administrativo
441	otro personal de apoyo administrativo
143	otros gerentes de servicios
421	pagadores y cobradores de ventanilla y afines
4	personal de apoyo administrativo
412	secretarios (general)
4120	secretarios (general)
334	secretarios administrativos y especializados
3522	técnicos de ingeniería de las telecomunicaciones
35	técnicos de la tecnología de la información y las comunicaciones
3514	técnicos de la web
3521	técnicos de radiodifusión y grabación audio visual
3512	técnicos en asistencia al usuario de tecnología de la información y las comunicaciones
3511	técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones
351	técnicos en operaciones de tecnología de la información y las comunicaciones y asistencia al usuario
3513	técnicos en redes y sistemas de computadores
352	técnicos en telecomunicaciones y radiodifusión

Fuente: Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIOU)

En cuanto al desglose por ocupaciones nacionales, se observa que la lista es más ajustada y precisa que la anterior, ya que tenemos en cuenta todos los puestos de trabajo y ocupaciones dentro del sector:

Tabla 96. Código CNO. Hostelería.

1. DIRECCIÓN DE LAS EMPRESAS Y DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	
1110.001.0 - 11201012	directores generales de em- presa de 10 o más asalariados, en general
1125.001.4 - 14211010	director de departamento de operaciones en empresa de hostelería y/o restauración, de 10 o más asalariados
1125.003.2 - 14111011	director de hotel, de 10 o más asalariados
1125.004.1 - 14211029	director de restaurante, de 10 o más asalariados

1126.013.8 – 15091019 - director de departamento de operaciones en empresa de actividades turísticas

11310011 - 12111015 - directores de departamento de administración y finanzas, en general

11320014 - 12121018 - directores de departamento de relaciones laborales y recursos humanos

11330017 - 12211023 - directores de departamento de comercialización y ventas, en general

11330062 - 12211032 - directores de departamento de marketing

11340010 – 12221017 - directores de departamento de publicidad y/o relaciones públicas

1311.001.9 – 14111020 - Gerente de hotel, con menos de 10 asalariados

1312.001.2 – 14191024 - Gerente de pensión, fonda o similares, con menos de 10 asalariados

1319.001.3 – 14191015 - Gerente de albergues, campamentos y/o camping, con menos de 10 asalariados

1320.001.5 – 14211038 - Gerente de restaurante y establecimientos similares, con menos de 10 asalariados

1320.007.1 – 14221013 - Gerente de café, bar y establecimientos similares, con menos de 10 asalariados

XXXXXXXX - 14291014 - director y Gerente de empresas de catering y otras empresas de restauración

1404.004.9 – 15091046 - Gerente de empresa de actividades turísticas, con menos de 10 asalariados

2. TÉCNICOS Y PROFESIONALES

2913.001.2 – 26301039 - Técnico en empresas y actividades turísticas, en general

2913.005.8 – 26301020 - Técnico de información turística

2913.006.7 – 26301011 - Agente de desarrollo turístico

2913.020.9 – 35321013 - Técnico en organización de ferias y eventos

24110011 – 26111052 - Técnicos superiores en contabilidad y/o finanzas, en general

29130179 – 26221036 - Técnicos medios en organización y administración de empresas

24190015 - 26221045 - Técnicos superiores en organización y administración de empresas

29110016 - 26111043 - Técnicos medios en contabilidad, en general

24110011 – 26111052 - Técnicos superiores en contabilidad y/o finanzas, en general

29130076 - 26241041 - Técnicos medios en recursos humanos, en general

24120014 – 26241050 - Técnicos superiores en recursos humanos, en general

34110038 - 36131039 - Técnicos administrativos, en general

33200192 – 26511049 - Técnicos en publicidad y/o relaciones públicas

29130151 - 26511067 - Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas

3. TÉCNICOS Y PROFESIONALES DE APOYO

3314.001.6 – 44211080 - Técnico en agencias de viajes

3314.002.5 – 44211071 - Técnico de ventas en agencias de viajes

3314.003.4 – 44211053 - Técnico de producto agencias de viajes

3314.005.2 – 44211062 - Técnico de promoción agencias de viajes

3314.006.1 – 44211091 - Transferista de agencias de viajes

3314.007.0 – 44211017 - Agente de turismo rural

3545.012.4 - Patrón de embarcaciones deportivas a motor

3545.013.3 - Patrón de embarcaciones deportivas a vela

3545.015.1- 37231077 - Monitor y/o animador deportivo

3023.017.0 - Técnico de mantenimiento de instalaciones hoteleras

2921.001.5 - 37331012 - Ayudantes de archivo

2922.001.8 - 37331021 - Ayudantes de biblioteca y/o documentación

2921.002.4 - 37331030 - Ayudantes de museo

2515.017.3 - 37391047 - Regidores de espectáculos

5142.002.2 - 58221011 - Cobradores, interventores y/o revisores en ruta en medios de transporte

4. EMPLEADOS DE LOS SERVICIOS DE TURISMO Y TRANSVERSALES

4521.001.1 – 44211026 - Empleado de agencias de viajes, en general

4521.003.9 – 44211035 - Empleado de producto de agencias de viajes, en general

4521.004.8 – 44211044 - Empleado de ventas de agencias de viajes, en general

4522.001.4 – 44121048 - Recepcionista en establecimientos distintos de oficinas, en general

4522.004.1 – 44221010 - Recepcionista de hotel

– 58331013 - Conserjes de hotel

4522.009.6 – 44121011 - Azafata de información

4522.005.0 - 44121020 - Empleados de información de buques de pasaje

4522.006.9 - 44121039 - Empleados de información en aeropuertos, estaciones y similares

4603.015.1 – 44421018 - Empleados de venta de apuestas mutuas, deportivas y admón. de loterías

4603.014.2 – 44421027 - Empleados de venta de cupones, en general

4603.001.2 – 44431084 - jefe de sala de casino y/o bingo

4603.003.0 – 44431075 - jefe de mesa de casino y/o bingo

4603.006.7 – 44431020- Croupier

4603.005.8 – 44431066 - Inspector de juego

4603.007.6 – 44431057 - Fisonomista de casino o salas de juego

4603.009.4 – 44431011 - Cajero de casino y/o bingo

4603.008.5 – 44431093 - Locutor-vendedor de bingo

4603.011.5 – 44431039 - Empleado admisión y control salas juego

4603.012.4 – 44431048 - Empleado casino y salas juego, en general

4011.001.3 – 41111011 - Empleados administrativos de contabilidad, en general

4011.003.5 – 41121012 - Empleados administrativos de servicios de personal

4023.001.2 – 41231041 - Empleados administrativos de servicios de transporte

4101.001.1 – 42101011 - Empleados administrativos de archivos y museos

XXXX.XXX.X – 45001019 - Empleados administrativos de atención al público

4210.001.0 – 43091029 - Empleados administrativos, en general

5. TRABAJADORES DE LOS SERVICIOS DE HOSTELERÍA, RESTAURACIÓN, PERSONALES, PROTECCIÓN Y VENDEDORES DE LOS COMERCIOS

XXXX.XXX.X – 50001017- Camareros y Cocineros propietarios

5010.001.7 – 51101026 - Cocinero, en general

5010.004.0 – 51101015 - Cocinero de barco

5010.005.1 – 51101037 - Planchista (cafetería o restauración)

5010.011.4 - 51101048 - Preparadores de alimentos infantiles

5010.009.5 – 93201014 - Preparador de pizzas

5010.008.4 – 51101059 - Preparador de catering

5010.006.2 – 51101071 - Repostero-pastelero (hostelería)

5010.007.3 – 51101082 - Supervisor de catering

5010.010.3 – 51101060 - Preparador de precocinados y cocinados

5020.001.8 – 51201049 - Camarero, en general

5020.002.9 – 51201038 - Camarero de sala o jefe de rango

5020.003.0 – 51201016 – Barman

5020.004.1 – 51201027 - Camarero de barra y/o de- pendiente de cafetería

5030.002.0 – 37341024 - jefe de partida (hostelería)

5030.001.9 – 37341015 - jefe de cocina (hostelería)

5030.005.3 – 51201061 – Maitre -jefe de comedor o maestresala

5030.006.4 – 51201050 - jefe de barra en bar o cafetería

5030.007.5 – 51201072 – Sumiller - jefe de servicio de vinos

5141.003.6 – 58211036 - Camarero de barco

5130.012.4 - Bañero (balnearios/saunas/baños turcos)

5141.002.5 - 58211018 - Auxiliares de buques de pasaje

3063.002.2 - 58211054 - Sobrecargos, aviación

5141.004.7 – 58211045 - Mayordomo de buque

5141.001.4 - 58211027 - Auxiliares de vuelo

5143.003.0 – 58241026 - Azafata o auxiliar de congresos y exposiciones

5143.004.1 – 58231014 - Asistente acompañante de grupo turístico (A.G.T.)

5150.004.1 – 58321010 - Ecónomo, en general

5150.001.8 – 58311044 - Mayordomo de hostelería
5143.010.6 – 58251010 - Guía de reservas naturales
5143.005.2 – 58251029 - Guía de turismo
5150.009.6 – 52101012 - Encargado de economato y bodega (hostelería)
5150.010.4 – 58311035 - Gobernanta (hostelería)
5150.011.5 – 58311026 - Encargado de lencería y lavandería (hostelería)
5199.001.5 – 58991033 - Encargado de sala de fiestas
5199.002.4 – 58991051 - Relaciones públicas, de salas de fiesta y similares
3543.002.5 – 29321146 - Músicos de sala de fiestas o similares
5199.003.3 – 37241016 - Animador turístico
5199.007.9 – 58991042 - Portador de palos de golf (cadi)
5199.004.2 – 58991015 - Disc-jockey (discoteca)
5199.005.1 – 58991024 - Empleados de Centros de recreo
5291.001.6 – 59921017 - Bañistas-socorristas
4523.001.7 44231013 Operadores de central tele- fónica
5330.001.0 – 52201079 - Dependiente/a
5320.003.1 - 52101034 - Encargado/a de tienda
6. TRABAJADORES NO CUALIFICADOS
9121.007.2 – 92101049 - Mozo de cuarto o valet
9121.005.0 – 93101024 - Pinche de cocina
9121.006.1 – 93101013 – Marmitón
9121.001.6 – 92101050 - Limpiador en general
9320.002.4 – 94331017 – Botones
9121.008.3 – 92101027 - Camarera de pisos (hostelería)
9121.009.4 - 92101016 - Ayudante de servicios (hostelería)
9220.009.4 – 59421067 - Portero de hotel
9220.010.2 – 94901030 - Guardarropa en locales públicos
9220.015.7 – 94901029 - Aparcacoches
9320.004.6 – 94311011 - Ascensorista
9330.001.4 – 94321014 - Mozo de equipajes

Fuente: Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO).

Mediante la desagregación hecha en todos los niveles somos capaces de entender el entramado de actividades y ocupaciones del sector, viendo que se trata de un sector ampliamente transversal, puesto que inciden en el mismo desde el apartado hotelero, como el de transporte, en cierta manera el comercio, y el sector de la restauración; lo que también explica porque es uno de los sectores más potentes de la economía española.

5.1.3. Valoración de procesos de reclutamiento y selección.

En la investigación cuantitativa (encuesta a empresas) y cualitativa (mediante entrevistas en profundidad) se ha abordado la caracterización de los procesos de reclutamiento y selección que realizan las empresas de los sectores tradicionales en cuanto a los factores más valorados, así como las dificultades para la cobertura de puestos.

Factores que más influyen a la hora de seleccionar a un candidato/a.

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

Tabla 97. Factores que influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Canarias.

Factores que influyen a la hora de seleccionar un candidato/a	Valoración CANARIAS
Formación adecuada y específica para el puesto	4,20
Experiencia previa adecuada	3,82
Habilidades sociales: trabajo en equipo, liderazgo, empatía	4,41
Competencias digitales	3,80
Actitudes/disposición interés	4,71
Referencias del candidato/a	3,33
Manejo de idiomas	3,24
Expectativa salarial	3,29
Edad	2,59
Competencias clave: creatividad, capacidad de adaptación	4,40
Disponibilidad para viajar	2,67
Género	1,69

Fuente: Elaboración propia

Preguntadas las empresas sobre los factores más importantes en los procesos de reclutamiento y selección, las respuestas obtenidas son muy interesantes en cuanto a que, frente a la demanda quizás estereotipada de que los factores clave en la selección de personas se situarían en la formación adecuada y la experiencia, las empresas encuestadas se inclinan a atribuir una valoración mayor a criterios como la actitud/disposición e interés, (con una media de valoración de 4,71 sobre 5) y las habilidades sociales (4,41 de valoración sobre 5), así como las competencias clave (iniciativa, adaptación al cambio, etc.) con una media de 4,40 que las consideran importantes, como competencias extremadamente importantes y más influyentes en los procesos de contratación.

Gráfico 82. Factores que más influyen a la hora de seleccionar candidato/a. Canarias.



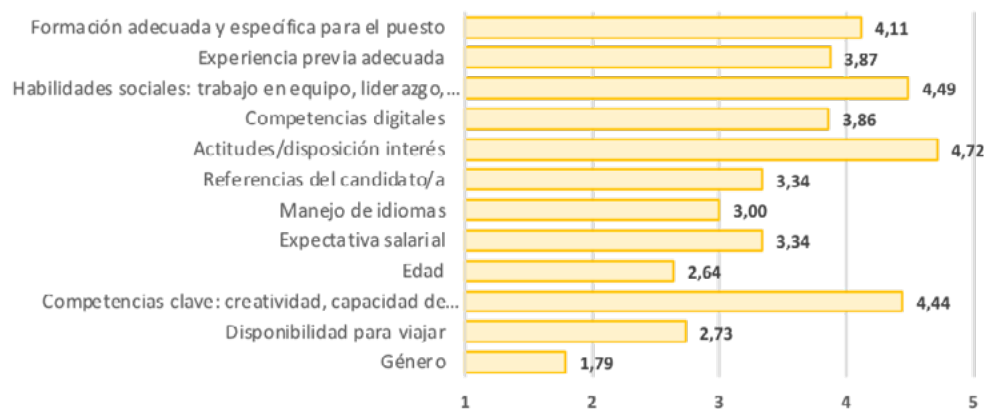
Fuente: Elaboración propia

En un segundo grupo, destacan también la formación específica (4,20 sobre 5) y la experiencia previa adecuada (3,82), así como las competencias digitales y el manejo de idiomas. Por el contrario, destacan como aspectos menos valorados por las empresas los factores de edad y género, lo que pone de relieve que no actúan como factores restrictivos para la contratación.

A. RESULTADOS SECTOR COMERCIO

Los resultados en el sector comercio son muy similares a los observados en la media de los sectores tradicionales considerados en su conjunto.

Gráfico 83. Factores que más influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

En el proceso de realización de entrevistas las empresas han puesto de manifiesto los criterios y fuentes utilizadas en los procesos de captación de personal, así como las dificultades que se encuentran para promover una cultura de empleabilidad en el sector que se fundamente en la calidad, profesionalidad, motivación e implicación de las personas que acceden al sector.

A la hora de desarrollar procesos de reclutamiento y selección hay un **nivel suficiente de oferta laboral pero el nivel de competencia técnica y habilidades necesarias para el comercio es muy deficiente**, asimismo se aprecian importantes dificultades para profesionalizar y mantener a los RR. HH.

“En el sector comercio no es complicado conseguir trabajadores pero si preocupa que ese personal se profesionalice y permanezca, mantener al empleado, es muy complicado porque los puestos suelen ser muy monótonos y en una Pyme es muy difícil dar a los empleados unas expectativas de desarrollo profesional, la falta de planes de desarrollo profesional y todo estos factores lógicamente inciden luego en la motivación de los empleados... que genere buena sinergia dentro de la empresa... y ello se observa en la bajada de rendimiento una vez que pasa un cierto tiempo... es uno de los caballos de batalla más importantes. El capital humano para nosotros es fundamental y supone más 50% de los costes”.

Empresa sector comercio

Diversificación de los canales de captación y selección.

“Para la selección y contratación ya no acudimos al INEM, cuando lo hacíamos solicitábamos un determinado perfil y lo que se enviaba era personas desempleadas sin un nivel mínimo de competencia y en muchos casos sin la motivación mínima para trabajar... acudimos al networking que tenemos en el sector...Ya no nos fijamos tanto en el perfil profesional sino en el perfil personal”

Empresa sector comercio

No se utiliza de forma predominante la base de datos del Servicio Canario de Empleo (SCE) para seleccionar candidatos/as porque se considera que “no están alineados con la realidad”.

Las empresas en particular las Pymes adolecen de una política de anticipación y previsión de las necesidades de contratación lo que supone un problema sobre todo en momentos de picos altos de actividad que caracterizan la dinámica del sector.

“No hay una conciencia generalizada de profesionalidad en el sector comercio y muchas veces el empresario está cansado de la gestión del personal que es muy tediosa y compleja y que tiene que marcar esa comunicación...no estamos preparados para gestionar bien todos los aspectos de la relación humana. La parte emocional, motivacional, formativa ...todo eso conlleva un esfuerzo, una planificación, una inversión a y nivel de pequeño comercio es muy complicado”.

Empresa sector comercio

Se demanda mayor implicación y un cambio de rol de la administración laboral en materia de intermediación y contratación.

“El SCE debería funcionar no solo tengo una lista con personas desempleadas sino con una base de datos actualizada con profesionales en diferentes niveles de cualificación dispuestos a cubrir las necesidades que demanda el sector para empezar mañana que se pudiera activar para cubrir bajas por enfermedad, por maternidad, paternidad, sustituciones, etc. de forma ágil y con las competencias adecuadas eso ayudaría muchísimo al pequeño comercio para poder competir”.

Empresa sector comercio

Factores clave en los procesos de reclutamiento y selección.

Importancia creciente de las nuevas tecnologías, idiomas y competencias transversales “Soft” en las políticas de contratación.

“Uno de los principales valores de la empresa es la formación y ello se traduce en que más allá de las competencias técnicas que aportan los candidatos y la experiencia en nuestra empresa priorizamos la actitud, las competencias clave que pueden permitir un desarrollo de carrera en la empresa.”

Empresa sector comercio

“El conocimiento de idiomas y nuevas tecnologías son ámbitos clave en la formación que, en general, demanda el sector. Indudablemente, dado el peso del turismo en las islas, es fundamental que los comercios cuenten con personal capacitado y formado para ofrecer una atención al cliente de calidad. Pero también hay otros campos específicos donde encuentran dificultades para conseguir personal con las habilidades y experiencia que requieren.

Cabe citar como ejemplos de campos específicos para los que se requiere mayor formación tan variados como la relojería o la charcutería. Por ello es conveniente crear una vía de comunicación entre empresarios del sector comercial y las Cámaras de Comercio para poder crear programas formativos que se adecúen a estas necesidades concretas.”

Representante de la administración

Elevadas dificultades de contratación en puestos de base tecnológica-TICs, pero también en puestos tradicionales del sector con cierta especialización.

La mayor dificultad para la cobertura de los puestos de trabajo vacantes se encuentra precisamente en las ocupaciones que requieren un mayor conocimiento de las nuevas tecnologías; no obstante, los empresarios del sector afirman que es difícil encontrar profesionales cualificados en ocupaciones como dependientes de comercio en general y de comercio de alimentación, aunque las causas, seguramente, serán distintas. Algunas de las aducidas por los encuestados son: la falta de experiencia, la insuficiente formación para desempeñar las funciones del puesto y, en tercer lugar, está el rechazo a las condiciones laborales del puesto.

“La fuga de talento es un problema en nuestro sector sobre todo para los nuevos perfiles que requieren talento digital, en la parte de innovación y tecnología es la que tenemos mayores dificultades porque hay un boom y en nuestro mercado local no lo encontramos”.

Empresa sector comercio

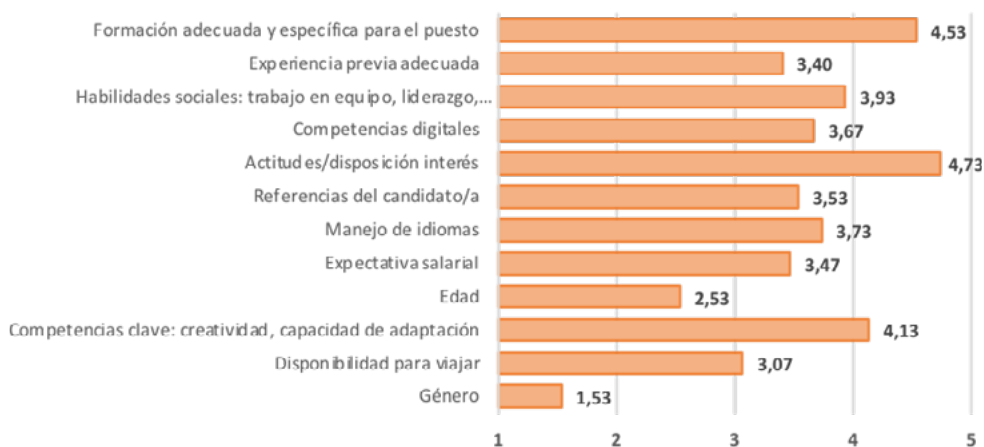
“No hay una vocación de continuidad y estabilidad... no logramos que las personas se queden en la empresa y les interese realizar una trayectoria profesional estable en la empresa”.

Empresa sector comercio

A. RESULTADOS SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Los resultados en el sector de transporte y almacenamiento se sitúan en línea de lo observado en la media de los sectores tradicionales, si bien como diferencia destacable el factor de la formación específica y adecuada para el puesto se consolida como segundo factor clave por detrás del valor de las actitudes, disposición e interés.

Gráfico 84. Factores que más influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Fuentes de reclutamiento más utilizadas por las empresas

Las empresas utilizan fuentes de reclutamiento tanto internas como externas. En opinión de las empresas las fuentes de reclutamiento externas aportan un mayor nivel de calidad de los candidatos/as, mientras que el coste del proceso de selección es más elevado en los procesos internos; por su parte, los medios de reclutamiento on line aportan un mayor número de candidatos en los procesos; el éxito en la cobertura de puestos se mantiene en un nivel similar en los tres tipos de medios.

“Utilizamos todas las anteriores menos el SEPE. Además, las redes sociales como LinkedIn y las referencias de los propios empleados. Los convenios con universidades para acoger becarios funcionan como fuentes de reclutamiento pues tras los meses de beca, tanto empresa como becario pueden ver si existe encaje y a menudo permanecen en la compañía”.

Empresa sector transporte

En general, en las entrevistas se ha destacado la existencia de un modelo dual en el ámbito de RR.HH.: las grandes empresas y operadores de nivel internacional que disponen de estructuras profesionalizadas de RR.HH., políticas y procesos de captación y desarrollo de talento, frente a las Pymes que se caracterizan por las carencias en la profesionalización en los procesos de RR.HH.

“En general el sector no cuenta con estructuras de departamentos de RR. HH muy profesionalizados, sino que funcionan como departamento de personal para la gestión de nóminas, etc.”

Empresa sector transporte

“Los grandes operadores tienen políticas de gestión de talento, pero las pymes carecen de ella”.

Empresa sector transporte

Poco a poco se va introduciendo la digitalización en los procesos de reclutamiento y selección recursos humanos mediante la utilización de plataformas de búsqueda de empleo (InfoJobs, Infoempleo, etc.) y redes sociales (LinkedIn, Facebook, etc.).

Las dificultades para encontrar el talento necesitado en el mercado inciden en la utilización predominante de fuentes internas (referencias de personal, promoción interna, etc.).

Causas que dificultan la cobertura de ocupaciones en el sector.

Como ya se apuntado anteriormente las empresas entrevistadas consideran que la falta de experiencia en el sector y de formación adecuada son los factores con mayor incidencia en la dificultad de cobertura de puestos, aunque también son conscientes que, por el lado de la oferta, la escasa imagen y falta de atractivo del sector constituyen factores restrictivos para la captación de talento.

Los factores que más influyen a la hora de seleccionar a los RR. HH en el sector.

En la línea de los datos aportados en la encuesta a empresas, en las entrevistas se ha incidido en que lo factores clave que se tienen en cuenta en los procesos de selección son Actitudes/disposición interés, las habilidades sociales (trabajo en equipo, empatía), la formación adecuada y específica para el puesto la experiencia previa adecuada.

Entre las causas que dificultan la contratación de personal adecuado a su sector las empresas apuntan las siguientes:

- ▶ Falta de Formación adecuada.
- ▶ Falta de Especialización.
- ▶ Carencia de Idiomas.
- ▶ Falta de Experiencia adecuada.
- ▶ Falta movilidad geográfica.
- ▶ Falta de actitud/disposición/interés.

Motivos fuga talento.

Entre las causas que inciden en la fuga de talento las empresas declaran que las más importantes son la falta de planes de carrera y de planes de retención de talento y, en tercer lugar, el bajo nivel competitivo del salario en el sector.

En las entrevistas las empresas y entidades consultadas han corroborado las opiniones recabadas en la encuesta en relación con los factores que actúan a la hora de explicar la fuga de talento en el sector: destacando en particular el desconocimiento respecto a las oportunidades de carrera profesional, las dificultades para la conciliación (jornadas intensas, fuerte estacionalidad, etc.) y nivel salarial menos competitivo en comparación con otros sectores (Retail, Banca, Telecomunicaciones, etc.).

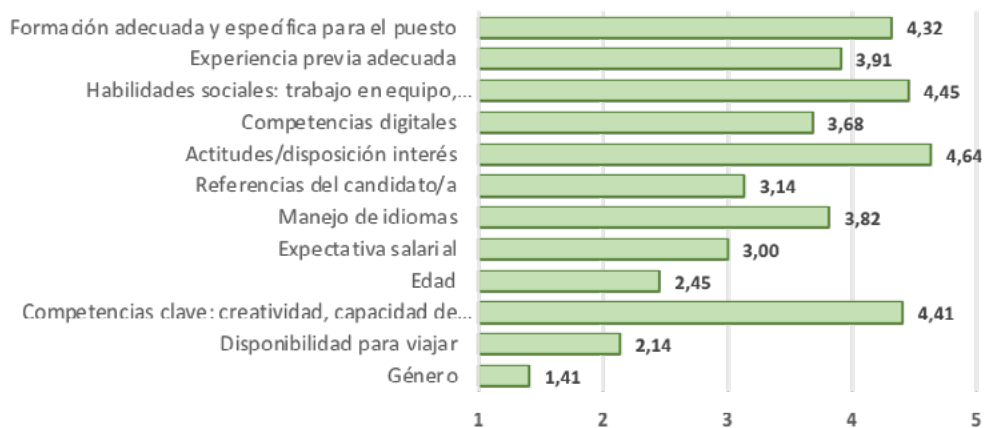
Como principales **fortalezas y aspectos positivos** de las prácticas de gestión de talento destacan:

- ▶ El nivel de permanencia de la plantilla.
- ▶ Que las políticas de RR. HH de las empresas están desarrollando programas orientados a mejorar las condiciones y bienestar de los empleados.
- ▶ Que las empresas están apostando por potenciar su marca y gestionar de forma proactiva para atraer talento.
- ▶ Por el contrario, las principales debilidades o aspectos negativos de la gestión de talento:
- ▶ Faltan herramientas, sistemas y redes para llegar a profesionales de más alto nivel.
- ▶ Las estrategias de las empresas se han centrado en atraer talento, pero en estos momentos es necesario desarrollar política de retención y fidelización.
- ▶ Se detecta escasez de perfiles que combinen alto nivel de especialización técnica y capacidad de gestión y desarrollo de negocio.

B. RESULTADOS SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Las empresas del sector de hostelería y turismo también sitúan en primer lugar al factor de actitudes, disposición e interés como determinante en los procesos de reclutamiento y selección (con una valoración media de 4,64 sobre 5), si bien casi con la misma importancia se sitúa las habilidades como: el trabajo en equipo, empatía, etc., que demuestra la importancia clave de este tipo de competencias personales y sociales en las actividades del sector.

Gráfico 85. Factores que más influyen a la hora de seleccionar un candidato/a. Turismo.



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

En la investigación cualitativa las empresas y otros agentes consultados han puesto de relieve las siguientes líneas de argumentación predominantes en relación con la situación de las prácticas de selección y ajuste de las necesidades de empleo a los requerimientos de competencias.

- ▶ Importancia significativa de criterios como la actitud/disposición e interés, las competencias clave (iniciativa, adaptación al cambio, etc.), así como las llamadas habilidades sociales como competencias extremadamente importantes y más influyentes en los procesos de contratación, en el mismo nivel de importancia que los factores de formación y experiencia adecuadas.
- ▶ Se va consolidando la utilización de fuentes de reclutamiento on line a través de portales corporativos propios de las empresas o bien a través de plataformas de empleo externas o redes sociales (LinkedIn, Facebook, etc.).

Déficit y necesidades de mejora de las políticas y prácticas de captación y desarrollo de talento.

En las entrevistas las empresas ponen de manifiesto los déficits que sigue teniendo el mercado laboral y que limitan la capacidad de atraer talento y mejorar la capacidad competitiva de las empresas.

“Lo que las empresas no suelen hacer es clarificar y prever bien las necesidades de contratación en las plantillas con una anticipación o previsión anual, de modo que en función de esa estrategia puedes identificar las capacidades que se van a necesitar y se puede orientar al sector de formación para su actualización, sino que actúan según necesidades a corto plazo de acuerdo a la mayor estacionalidad de las actividades y esta estrategia limita la capacidad de identificar las competencias que se necesitan y cubrir las posiciones necesarias, en definitiva, la planificación y previsión es el punto débil en RR. HH. y en selección de personas”

Experto sectorial

Desajuste estructural entre necesidades de formación y cualificación que requieren las empresas y la oferta de formación y cualificaciones que provee el sistema educativo, desfase que produce la coexistencia entre niveles elevados de paro y a la vez de puestos no cubiertos.

“Las empresas del sector tienen importantes necesidades de personal, pero la realidad es que no es nada fácil encontrar las personas para cubrir las necesidades... La paradoja que se mantiene es que, buena parte de las personas desempleadas no realizan una formación orientada a cualificarles al final del periodo de desempleo por lo menos en grupos profesionales de base y, sin embargo, se quedan sin cubrir muchos puestos que el sector está necesitando y que contrataría seguro...”

Empresa sector turismo

“Debido a las limitaciones de la oferta de formación, las empresas tienen que asumir la responsabilidad e inversión económica y de tiempo para formar los procesos, valores y competencias clave a la hora de desarrollar la operativa y estandarizar los procesos de gestión, atención al cliente, comercialización, etc...”

Empresa sector turismo

5.2. Prospectiva del empleo y perfiles profesionales

Desde una perspectiva de las necesidades en materia de competencias, un enfoque sectorial de tipo prospectivo se emplea generalmente para abordar los siguientes objetivos de investigación: anticipar los tipos de cualificaciones y competencias profesionales que los puestos de trabajo requieren; identificar los nuevos puestos de trabajo; la evolución de los perfiles de competencias para las ocupaciones y evaluar la capacidad del sistema de formación de satisfacer las necesidades del sector empresarial.

Con ello se pretende desarrollar enfoques de políticas más integrados para las competencias, reuniendo a los actores clave de los sectores objetivo y al componente del desarrollo de los recursos humanos en estas estrategias e identificando las interfaces entre ellas en orden a:

Promover un enfoque más orientado hacia el futuro para las políticas de competencias y desarrollo de la oferta formativa prestando atención a las principales partes interesadas.

- ▶ Señalar las principales preocupaciones en relación con las competencias necesarias, en particular el desajuste entre la oferta y la demanda de competencias.
- ▶ Promover el fortalecimiento de la capacidad para el ciclo de políticas de desarrollo de los recursos humanos en relación con la dinámica de evolución económico-empresarial.

Los objetivos específicos se centran en prestar asesoramiento sobre enfoques sectoriales para anticipar y adecuar las competencias a la oferta y a la demanda del mercado de trabajo a los actores: responsables políticos, expertos profesionales, proveedores de educación y formación, servicios públicos de empleo, interlocutores sociales, individuos que realizan elecciones de carrera profesional, y organizaciones especializadas dedicadas a la investigación y al análisis.

En este sentido, en el presente apartado se aborda esta visión prospectiva del empleo y los perfiles profesionales en los tres sectores objeto de estudio: Comercio, Transporte y Almacenamiento y Hostelería y Turismo, desde una aproximación que tiene en cuenta las fuentes de información de tipo documental (análisis documental con datos secundarios, como estudios sectoriales y otras investigaciones en el sector empresarial) como primarias obtenidas a través de la investigación cuantitativa (encuesta a empresas de los sectores) y cualitativa (entrevistas en profundidad con diferentes segmentos de opinión y agentes clave de cada sector).

5.2.1. Prospectiva del empleo y perfiles profesionales. Análisis cuantitativo.

Se presentan a continuación los resultados de la encuesta realizada a la muestra de empresas de los sectores tradicionales, relativos a la prospectiva cuantitativa de evolución del empleo y los perfiles profesionales atendiendo a la perspectiva de generación de empleo en cada sector objeto de estudio.

En este sentido, nuevamente, tenemos que incidir en que la realización de la encuesta ha tenido lugar con anterioridad a la crisis del Covid-19 por lo que estas respuestas de las empresas no recogen el impacto estimado en el empleo como consecuencia de la crisis.

A. NIVEL GLOBAL DE LOS SECTORES TRADICIONALES EN CANARIAS

- Previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos.

Tabla 98. Expectativas de empleo en Canarias.

Expectativas de Empleo CANARIAS	1. Reducción importante	2. Reducción moderada	3. Mantenimiento	4. Crecimiento moderado	5. Crecimiento significativo
Gerencia y supervisión	7,58%	9,09%	77,27%	4,55%	1,52%
Comercialización, marketing y ventas	9,90%	6,93%	47,52%	16,83%	18,81%
Producción y/o Prestación del Servicio	13,21%	16,98%	47,17%	20,75%	1,89%
Gestión Económica-Financiera	7,14%	14,29%	69,64%	7,14%	1,79%
Gestión Administrativa	14,15%	5,66%	67,92%	8,49%	3,77%
Logística, compras y aprovisionamientos	11,32%	15,09%	62,26%	9,43%	1,89%
Recursos Humanos	12,96%	11,11%	66,67%	5,56%	3,70%
Calidad, seguridad y protección medioambienta	13,73%	5,88%	58,82%	15,69%	5,88%
Mantenimiento	7,14%	8,93%	71,43%	10,71%	1,79%
Área Informática y TICs	7,04%	4,23%	60,56%	12,68%	15,49%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la encuesta muestran una previsión de evolución del empleo en los sectores tradicionales con arreglo a las siguientes tendencias:

- La tendencia de mantenimiento del empleo es la predominante en todos los departamentos o áreas de las empresas de los sectores tradicionales encuestadas, con un mayor peso en las áreas de gerencia (77%), mantenimiento (casi 72%), gestión económica-financiera (casi 70%), gestión administrativa y RR. HH (67%).
- Entre los departamentos que prevén una tendencia de crecimiento del empleo destacan:

- **Comercialización, marketing y ventas** (casi un 36% de las empresas estima que va a crecer de manera moderada o significativa) que parece coherente con una preocupación de las empresas por captar negocio y desarrollar nuevos mercados.
 - **Informática y TICs** (28% estima un crecimiento del empleo moderado o significativo) que demuestra la percepción del impacto de la digitalización en la actividad de los sectores tradicionales y la necesidad de incorporar nuevos perfiles digitales para promover la adaptación a la transformación digital.
- En cuanto a los departamentos que tienen una previsión de decrecimiento moderado o más intenso del empleo se perfilaban las áreas producción y prestación de servicios (casi un 30% de empresas estima una caída de empleo) y Logística y compras (26%), lo que evidencia que, ya con anterioridad a la irrupción de la crisis del Covid-19, se vislumbraba una tendencia de contracción del crecimiento económico y la actividad empresarial que indica una tendencia de mantenimiento del empleo y en el caso de algunas áreas más operativas o de BackOffice una cierta caída del empleo.

Si vemos los resultados según la media ponderada de todas las respuestas se visualiza las tendencias indicadas en cuanto al crecimiento en las áreas de comercialización, marketing, ventas y el área de informática y TICs.

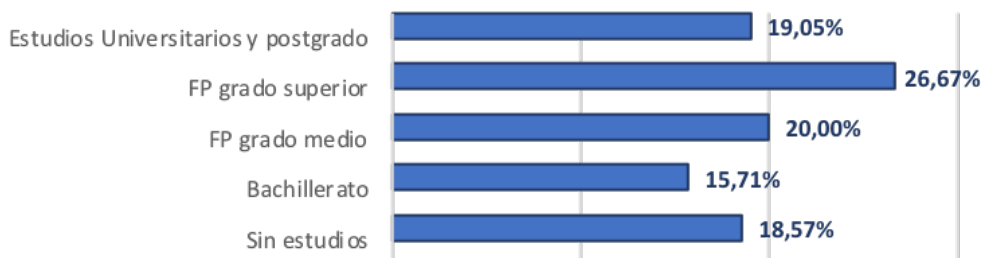
Gráfico 86. Perspectiva creación de empleo por áreas. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

► **Previsión de contratación por nivel de estudios.**

Gráfico 87. Previsión de contratación por nivel de estudios. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar **los estudios de FP tanto ciclo superior de FP (26,67%) como grado medio (20%) son los perfiles formativos con mayor previsión de contratación** y más demandados por parte de las empresas, superando a los estudios universitarios o (en niveles inferiores) al bachillerato, lo que evidencia el creciente valor profesional que la FP está adquiriendo por parte de las empresas y la necesidad de incorporar personas con competencias específicas en cada área profesional que se atribuyen en mayor medida a los estudios de formación profesional.

Dinámica de evolución perfiles profesionales

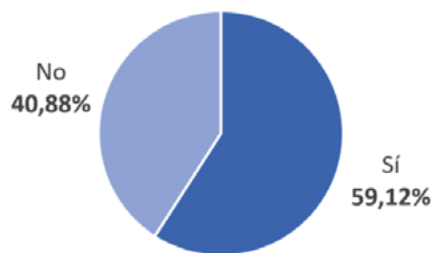
- Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas

Tabla 99. Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas. 1-3 años. 3-5 años. Canarias.

CANARIAS	Sí	No
Se han creado/crearán nuevas tareas (1 a 3 años)	59,12%	40,88%
Se han creado/crearán nuevas tareas (3 a 5 años)	57,66%	42,34%

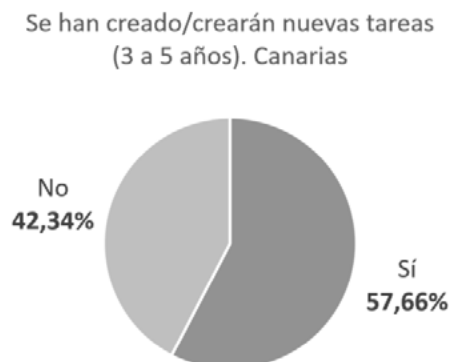
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 88. Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas. 1-3 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 89. Se han creado (CREARÁN) nuevas tareas 3-5 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

Es interesante observar que casi un 60% de empresas de los sectores tradicionales declaran que se van a crear nuevas tareas que van a requerir por tanto nuevas competencias a desarrollar lo que supone una percepción muy significativa del nivel de cambio en el empleo y las competencias requeridas.

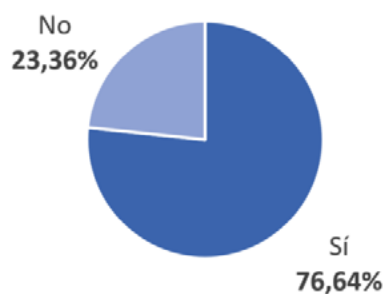
► **Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo:**

Tabla 100. Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo. 1-3 años. 3-5 años. Canarias.

CANARIAS	Sí	No
Han aparecido/aparecerán nuevas profesiones/puestos de trabajo (1 a 3 años)	76,64%	23,36%
Han aparecido/aparecerán nuevas profesiones/puestos de trabajo (3 a 5 años)	60,58%	39,42%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 90. Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo 1-3 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 91. Han aparecido (APARECERÁN) nuevas profesiones/puestos de trabajo 3-5 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia

La percepción sobre la incidencia de los cambios en los procesos productivos, organizativos y tecnológicos entre otros en el empleo es aún mayor de manera que nos encontramos que a corto plazo (1 a 3 años) más del 76% de las empresas encuestadas estiman que aparecerán nuevos puestos de trabajo para el desarrollo de la actividad, porcentaje que se reduce un poco en un escenario a medio plazo (3 a 5 años) que tiene que ver más con las dificultades en el contexto de marcada incertidumbre para anticipar cambios en el empleo en un plazo mayor.

B. PROSPECTIVA CUANTITATIVA EMPLEO SECTOR COMERCIO

La información aportada por las empresas del sector comercio en relación con la prospectiva de empleo a corto plazo arroja las siguientes tendencias:

- **Previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos**

Tabla 101. Expectativas de empleo sector Comercio.

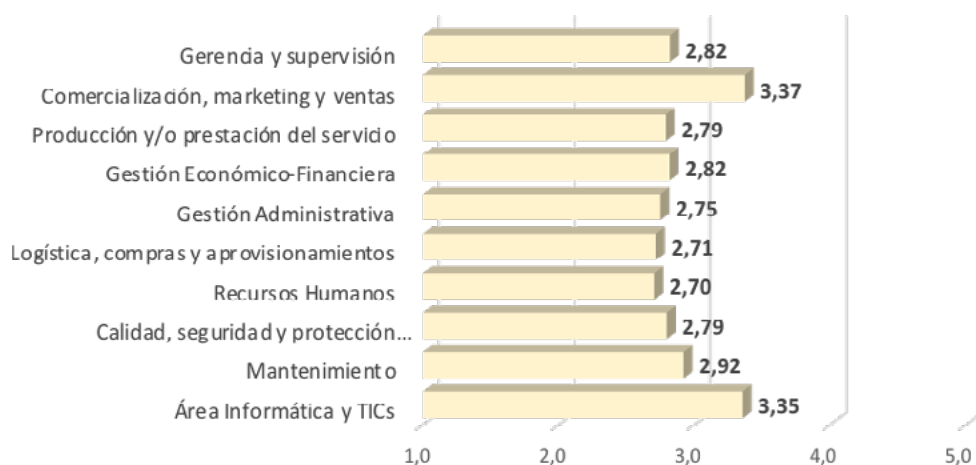
Expectativas de Empleo Sector COMERCIO	1. Reducción importante	2. Reducción moderada	3. Mantenimiento	4. Crecimiento moderado	5. Crecimiento significativo
Gerencia y supervisión	9,09%	11,36%	70,45%	6,82%	2,27%
Comercialización, marketing y ventas	9,59%	8,22%	41,10%	17,81%	23,29%
Producción y/o Prestación del Servicio	15,15%	18,18%	42,42%	21,21%	3,03%
Gestión Económica-Financiera	7,89%	15,79%	65,79%	7,89%	2,63%
Gestión Administrativa	17,33%	8,00%	62,67%	6,67%	5,33%
Logística, compras y aprovisionamientos	14,29%	17,14%	54,29%	11,43%	2,86%
Recursos Humanos	16,22%	16,22%	54,05%	8,11%	5,41%
Calidad, seguridad y protección medioambienta	16,22%	16,22%	54,05%	8,11%	5,41%
Mantenimiento	5,41%	13,51%	67,57%	10,81%	2,70%
Área Informática y TICs	8,33%	2,08%	54,17%	16,67%	18,75%

Fuente: Elaboración propia

Las tendencias que se observan en las previsiones de empleo en el sector de comercio siguen los parámetros de la media de los sectores tradicionales si bien con alguna tendencia diferencial.

- ▶ **Tendencia mayoritaria en todos los departamentos de mantenimiento del empleo.**
- ▶ Previsión de crecimiento moderado y/o significativo en los departamentos de comercialización, marketing y ventas y área informática y TICS, si bien como diferencia a destacar, en el sector de comercio el crecimiento en el área comercial es más significativa y alcanza el 41% de las empresas lo que indica el peso y la importancia que estas funciones y áreas tienen en la actividad el desarrollo competitivo del sector.
- ▶ En cuanto a los departamentos que presentan una previsión de reducción del empleo son los mismos que a nivel global de los sectores tradicionales, pero con un mayor porcentaje de empresas que estiman esa tendencia de decrecimiento, de modo que departamentos como RR. HH, calidad, seguridad y protección medioambiental llegan al 32% de empresas con previsión negativa en el empleo.

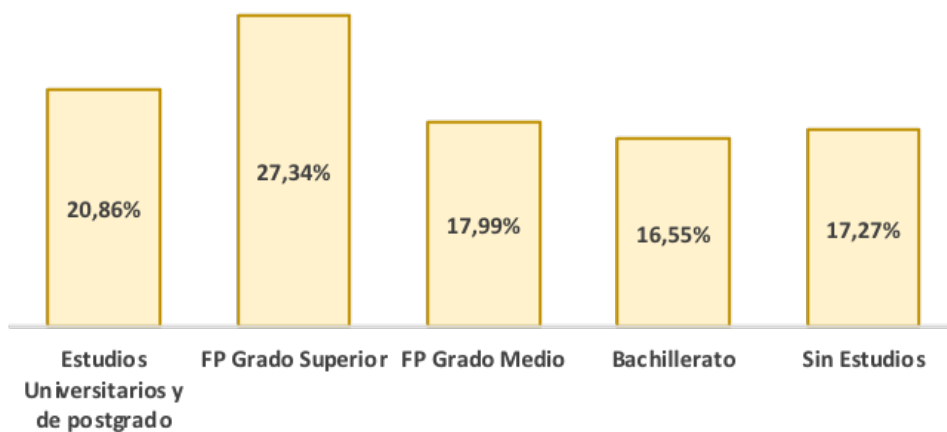
Gráfico 92. Perspectiva creación de empleo por áreas. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

► **Previsión de contratación por nivel de estudios**

Gráfico 93. Previsión de contratación por nivel de estudios. Comercio.

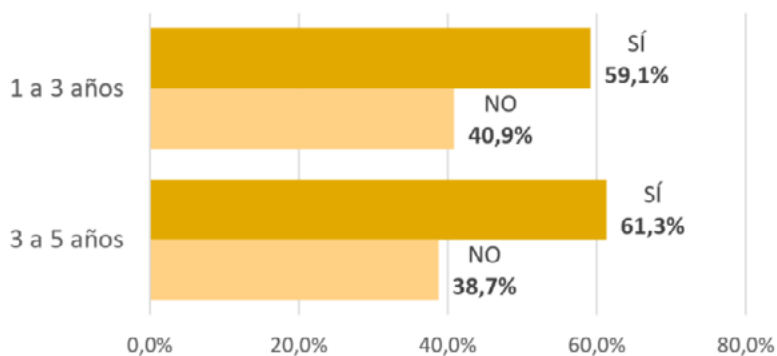


Fuente: Elaboración propia

Las empresas del sector de comercio encuestadas mantienen la demanda de contratación estimada de perfiles de titulación superiores, tanto de FP superior (27,34%) como estudios universitarios (casi un 21%), En menor medida, también serán demandados los ciclos formativos medios (18%).

► **Dinámica de evolución de los perfiles profesionales**

Gráfico 94. Se han creado/crearan nuevas tareas. Comercio.

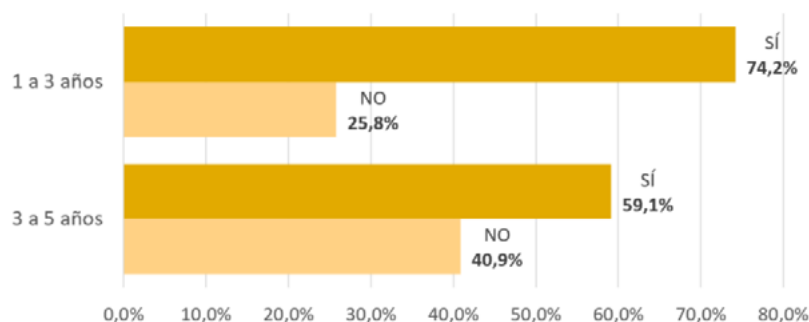


Fuente: Elaboración propia

Las empresas del sector de comercio estiman que se crearán nuevas tareas y se generará la necesidad de competencias en un 60% de los casos encuestados mientras que un 40% consideran que no surgirán nuevas tareas, porcentajes que se mantienen en un escenario de previsión a corto (1 a 3 años) y a medio plazo (3 a 5 años).

► **Nuevos puestos de trabajo**

Gráfico 95. Han aparecido/aparecerán nuevas profesiones o puestos de trabajo. Comercio.



Fuente: Elaboración propia

Si observamos la prospectiva de creación de nuevos perfiles y puestos de trabajo en las empresas del sector comercio, la perspectiva empresarial nos indica las cambiantes necesidades en materia de competencias ya que una inmensa mayoría de las empresas (casi el 75%) considera que a corto plazo van a aparecer nuevos puestos de trabajo, porcentaje que llega casi al 60% en un horizonte temporal a medio plazo.

C. PROSPECTIVA CUANTITATIVA EMPLEO SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Tabla 102. Previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos. Transporte.

Expectativas de Empleo	1. Reducción Importante	2. Reducción moderada	3. Mantenimiento	4. Crecimiento moderado	5. Crecimiento significativo
Sector TRANSPORTE Y COMUNICACIONES					
Gerencia y supervisión	8,33%	0,00%	91,67%	0,00%	0,00%
Comercialización, marketing y ventas	8,33%	0,00%	75,00%	16,67%	0,00%
Producción y/o Prestación del Servicio	20,00%	0,00%	60,00%	20,00%	0,00%
Gestión Económica-Financiera	12,50%	12,50%	62,50%	12,50%	0,00%
Gestión Administrativa	7,14%	0,00%	92,86%	0,00%	0,00%
Logística, compras y aprovisionamientos	10,00%	10,00%	70,00%	10,00%	0,00%
Recursos Humanos	10,00%	0,00%	90,00%	0,00%	0,00%
Calidad, seguridad y protección medioambiental	10,00%	0,00%	90,00%	0,00%	0,00%
Mantenimiento	11,11%	0,00%	77,78%	11,11%	0,00%
Área Informática y TICs	7,69%	15,38%	69,23%	7,69%	0,00%

Fuente: Elaboración propia

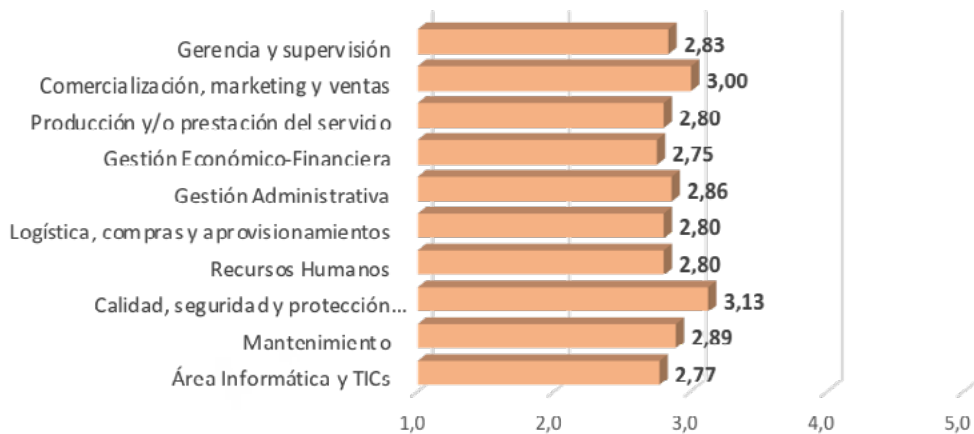
La previsión de evolución del empleo en el sector de transporte si bien mantiene resultados similares a la media de los sectores tradicionales, refleja un comportamiento específico en algunas tendencias:

- La tendencia mayoritaria de mantenimiento del empleo en el caso del sector de transporte es todavía más acusada con porcentajes que oscilan entre el 60 y el 90% de empresas encuestadas.

- ▶ En cuanto al perfil de las áreas con previsión de crecimiento del empleo, es más restrictiva que en la media de los sectores tradicionales, de modo que en ningún departamento se estimaba un crecimiento significativo, solo aparece con resultados positivos y moderados las áreas de producción y operativa (20% de empresas) y comercialización y ventas (casi el 17%), y también como tendencia diferencial el área de informática y TICS solo estima un leve crecimiento del 8%.
- ▶ Finalmente, y como consecuencia de la fuerte tendencias de mantenimiento del empleo en todos los departamentos casi ninguno tiene una previsión de decrecimiento del empleo a excepción del área de producción que si estima una caída significativa por parte del 20% de las empresas consultadas.

Los datos según la media de valoración de la previsión de empleo permiten observar la tendencia esperada en el mantenimiento del empleo en todos los departamentos con un crecimiento en las actividades de comercialización, marketing, ventas y en las áreas de calidad, medioambiente y seguridad.

Gráfico 96. Perspectiva creación de empleo por áreas. Transporte.



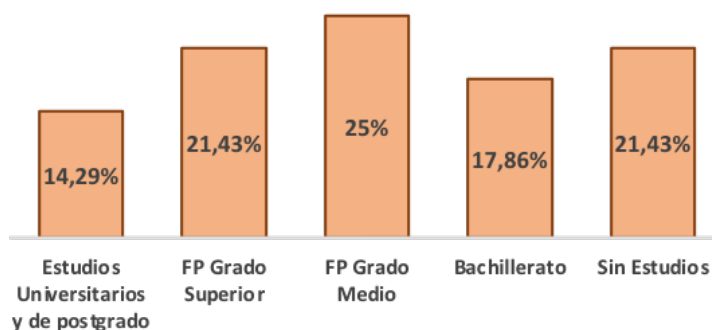
Fuente: Elaboración propia

- ▶ Previsión de contratación por nivel de estudios

En el sector de transporte es el que se aprecia la tendencia más acusada de demanda de perfiles de formación profesional, en este caso, con un peso mayor de la FP grado medio (25%) seguida de la FP Superior (21,43%).

Por otra parte, se observa el peso de las ocupaciones más operativas (conductores que requieren una formación y habilitación específica, operarios de almacén, carga y descarga, etc.) que requieren un menor nivel de cualificación y para las que se prevé la contratación de personas con estudios básicos o de Bachillerato.

Gráfico 97. Previsión de contratación por nivel de estudios. Transporte.



Fuente: Elaboración propia

- Dinámica de evolución de los perfiles profesionales

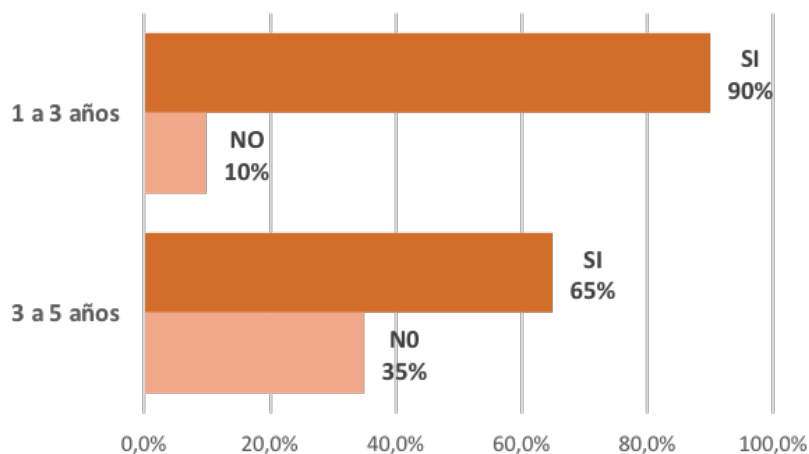
Gráfico 98. Se han creado o crearán nuevas tareas. Transporte.

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los sectores tradicionales, el sector de transporte y almacenamiento es el que en mayor medida muestra una percepción empresarial de mayor intensidad del cambio en la dinámica de evolución de las competencias y los perfiles profesionales, en particular, en la prospectiva a corto plazo, ya que el **80%** de las empresas del sector encuestadas consideran que se crearan nuevas tareas, porcentaje que llega al **90% en la previsión de creación de nuevos perfiles** y puestos de trabajo, lo que pone de relieve el nivel de cambio percibido por las empresas del sector en la dinámica de evolución de los procesos productivos, tecnológicos, comerciales y de gestión en los que está inmerso el sector y su impacto a corto y medio plazo en la revisión y cambio del espectro de perfiles profesionales y puestos de trabajo.

- Nuevos puestos de trabajo

Gráfico 99. Han aparecido o aparecerán nuevas profesiones o puestos de trabajo. Transporte.



: Elaboración propia

D. PROSPECTIVA CUANTITATIVA EMPLEO SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Tabla 103. Previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos. Turismo.

Expectativas de Empleo Sector TURISMO	1. Reducción importante	2. Reducción moderada	3. Mantenimiento	4. Crecimiento moderado	5. Crecimiento significativo
Gerencia y supervisión	0,00%	10,00%	90,00%	0,00%	0,00%
Comercialización, marketing y ventas	12,50%	6,25%	56,25%	12,50%	12,50%
Producción y/o Prestación del Servicio	0,00%	30,00%	50,00%	20,00%	0,00%
Gestión Económica-Financiera	0,00%	10,00%	90,00%	0,00%	0,00%
Gestión Administrativa	5,88%	0,00%	70,59%	23,53%	0,00%
Logística, compras y aprovisionamientos	0,00%	12,50%	87,50%	0,00%	0,00%
Recursos Humanos	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
Calidad, seguridad y protección medioambiental	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
Mantenimiento	10,00%	0,00%	80,00%	10,00%	0,00%
Área Informática y TICs	0,00%	0,00%	80,00%	0,00%	20,00%

Fuente: Elaboración propia

La previsión de evolución del empleo en el sector de Hostelería y Turismo muestra un comportamiento muy similar a las tendencias estimadas en los sectores tradicionales:

- ▶ Tendencia mayoritaria de mantenimiento del empleo que en algunos departamentos oscila entre el 80% y 100% de las empresas encuestadas (logística y compras, RR. HH, Calidad, Seguridad y protección medioambiental).
- ▶ Las áreas con previsión de crecimiento del empleo a corto plazo son Comercialización, Marketing y ventas (25% de empresas estiman un crecimiento moderado o significativo), Gestión administrativa (23%) debido a la importancia de las funciones administrativas en la operativa del sector y el área de informática TICS con un crecimiento significa-

tivo en un 20% de las empresas que apunta a la creciente digitalización de las actividad del sector.

- ▶ Finalmente, y como consecuencia de la fuerte tendencia y mantenimiento del empleo en todos los departamentos casi ninguno tiene una previsión de decrecimiento del empleo a excepción del área de producción que, si estima una caída significativa por parte del 30% de las empresas consultadas, tendencia que se va a ver incrementada de forma muy significativa como consecuencia de la crisis del Covid-19 que está afectando de manera crítica al sector turístico canario.

Si observamos los datos según la media de estimación prevista se visualiza mejor los departamentos que se prevé una tendencia de mantenimiento (3) y las que se aprecia un crecimiento (por encima de 3).

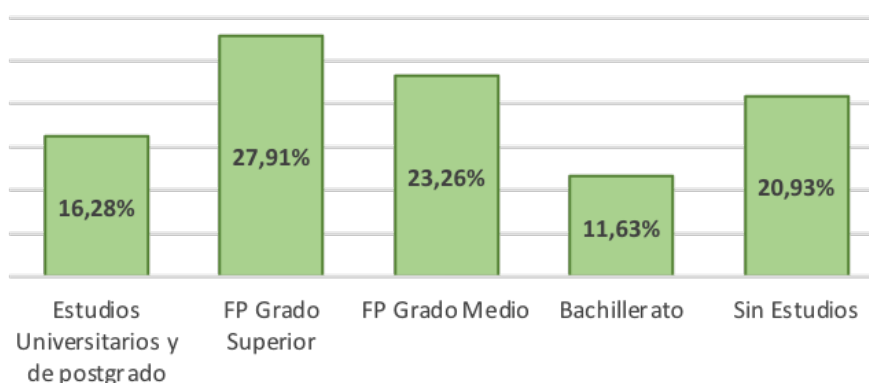
Gráfico 100. Perspectiva creación de empleo por áreas. Hostelería y Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

- ▶ **Previsión de contratación por nivel de estudios**

Gráfico 101. Previsión de contratación por nivel de estudios. Hostelería y Turismo.



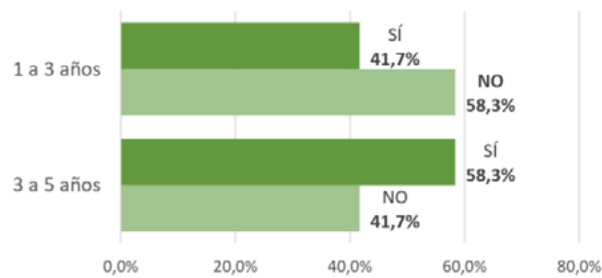
Fuente: Elaboración propia.

Según el nivel de estudios previsto en la contratación a realizar el sector de Hostelería y Turismo se sitúa en la media observada de los sectores tradicionales en cuanto a la mayor demanda de perfiles de FP tanto de nivel superior (caso 28%) como medio (23,26%) que se explica por la oferta de grados específicos de marketing y comercio, que tiene un valor profesional reconocido por las empresas dotando de competencias más específicas para las necesidades y requerimientos de la actividad.

► **Dinámica evolución y cambio en los perfiles profesionales**

La información recabada en la encuesta a las empresas del sector turístico se mantiene en la línea observada en los sectores tradicionales en cuanto a la percepción del fuerte cambio que se está experimentando en las tareas, competencias necesarias y puestos de trabajo que se están requiriendo a corto y medio plazo. Aunque se debe destacar que a corto plazo (1 a 3 años) es el sector que considera en menor medida que se crearán nuevas tareas.

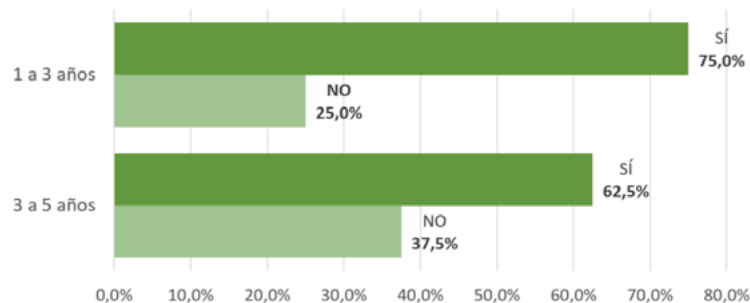
Gráfico 102. Se han creado o crearan nuevas tareas. Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

► **Aparición nuevos puestos**

Gráfico 103. Han aparecido o aparecerán nuevas profesiones o puestos de trabajo. Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

Se observa, por tanto, una tendencia general de percepción de cambio en el que está inmerso el sector, que afecta al amplio espectro de perfiles profesionales del sector en su conjunto y, en las diversas actividades económicas del mismo, hacia nuevas competencias de las ocupaciones tradicionales del sector, competencias híbridas por la polivalencia funcional o por la incorporación de ocupaciones de otros sectores, que hasta ahora no eran considerados turísticos, lo que implica la necesidad de redefinir y clarificar un nuevo mapa de competencias, y su actualización continua y permanente.

5.2.2. Prospectiva cualitativa empleo y su incidencia en las cualificaciones.

En la investigación cualitativa mediante entrevistas en profundidad a diferentes segmentos de opinión de cada uno de los sectores tradicionales objeto de estudio se ha abordado la prospectiva cualitativa del empleo con el fin de conocer la opinión y valoración de los informantes clave en cada sector respecto a los factores de cambio en los perfiles profesionales y competencias requeridas, al fin de poder anticipar las tendencias de evolución del empleo y los perfiles profesionales en cada sector, atendiendo a la siguiente categorización de los perfiles y ocupaciones en cada sector:

- ▶ Ocupaciones en crecimiento/claves: aquellas ocupaciones que están adquiriendo mayor relevancia en los últimos años.
- ▶ Ocupaciones en desaparición: aquellas ocupaciones que están en proceso de recesión o desaparición.
- ▶ Ocupaciones en cambio: Son aquellas cuyo contenido de trabajo provoca cambios; las actividades, conocimientos, capacidades y habilidades para su ejercicio son significativamente diferentes de los codificados en su origen en estructuras ocupacionales vigentes.
- ▶ Ocupaciones emergentes: Las ocupaciones emergentes incluyen tareas, competencias y conocimientos que son completamente nuevos.

A. PROSPECTIVA CUALITATIVA EMPLEO SECTOR COMERCIO

PRINCIPALES FACTORES DE CAMBIO EN LOS PERFILES PROFESIONALES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS

La evolución cualitativa de los perfiles profesionales se ha realizado tanto mediante la encuesta a empresas como en las entrevistas a empresas, expertos, administraciones, organizaciones empresariales y sindicales y otros agentes del sector de comercio. El objetivo es medir con sus opiniones que cambios en la estructura y competencias profesionales están sucediendo en las empresas del sector y cuáles son las necesidades de formación que deben desarrollarse para enfrentar esos cambios.

Requerimientos de competencias clave: idiomas, nuevas tecnologías, competencias y habilidades de atención y gestión de clientes.

“El conocimiento de idiomas y nuevas tecnologías son ámbitos clave en la formación que, en general, demanda el sector. Indudablemente, dado el peso del turismo en las islas, es fundamental que los comercios cuenten con personal capacitado y formado para ofrecer una atención al cliente de calidad. Pero también hay otros campos específicos donde encuentran dificultades para conseguir personal con las habilidades y experiencia que requieren. Cabe citar como ejemplos de campos específicos para los que se requiere mayor formación tan variados como la relojería o la charcutería. Por ello es conveniente crear una vía de comunicación entre empresarios del sector comercial y las Cámaras de Comercio para poder crear programas formativos que se adecúen a estas necesidades concretas”.

Representante de la administración

Desajuste entre el nivel de cualificación y competencias que aportan las personas que quieren trabajar en el sector y las que demanda el sector. Incidencia de la sobrecualificación y carencia de competencias técnicas específicas.

“Existe un desajuste entre la cualificación de los trabajadores y la demandada por las empresas del sector comercial en Canarias. Las causas de dicho desajuste son la sobrecualificación, poco peso de la Formación Profesional y bajo nivel de idiomas. Canarias es una de las CC.AA. donde más ha aumentado la sobrecualificación. Sin embargo, al mismo tiempo se observa que las empresas comerciales, en determinados tipos de actividad, demandan competencias específicas que les resulta muy complicado encontrar en el mercado laboral. Esto está relacionado con la sobrecualificación de la mano de obra, puesto que el mercado está demandando recursos humanos con formación intermedia, la cual se fomenta menos en España que en el resto de Europa”.

Representante de la administración

Importancia creciente de las competencias blandas/ soft en el perfil de mandos y personal directivo del sector.

“Por lo que respecta a los perfiles de mandos y personal técnicos en el que tenemos perfiles de ingenieros se desarrollan competencias tanto genéricas que desarrollan la misión, visión y valores de nuestra empresa, como específicas que tienen que ver más con los perfiles que trabajan en cada unidad de negocio; competencias como adaptación al cambio, agilidad etc. competencias más técnicas como herramientas específicas para cada perfil, etc.”

Empresa sector comercio

“En nuestra actividad habría que diferenciar la parte de perfiles de venta que responden a niveles de licenciados, graduados universitarios y muy orientados a la venta y atención comercial mientras que la parte de perfiles de postventa se nutre más de perfiles de la formación profesional: electromecánico, asesores de servicios de postventa, técnicas de taller, etc. a los que luego las damos un formación a medida de las marcas.”

Empresa sector comercio

Cambios en los perfiles profesionales derivados de los cambios en el perfil de compra y hábitos de consumo unido al impacto de la digitalización.

Como se ha puesto de manifiesto por parte de todos los agentes consultados las perspectivas de futuro del sector vienen determinadas por la transformación digital y la expansión del comercio electrónico, las innovaciones tecnológicas y de gestión y por los nuevos hábitos de consumo que empujan al comercio hacia un nuevo paradigma, en el que se impone la omnicanalidad.

En este contexto, la tienda física no está amenazada de desaparecer, pero tendrá que adaptarse e incluso reinventarse en muchos casos para asegurar su supervivencia.

“El cambio en los perfiles del sector tiene mucho que ver con el cambio en el perfil del cliente y los hábitos de consumo y necesidades que ya no se vincula tanto a la compra de un producto en nuestro caso la compra de un vehículo sino de un servicio y eso es nuestro foco y la transformación que vemos ... por lo que es importante que los profesionales sobre todo de la parte de venta incorporen nuevos conocimientos, herramientas y habilidades para ser capaces de dar respuesta a este cambio del perfil del comprador.. lo que supone la transformación del vendedor tradicional a un vendedor más experimental y más digital y adaptado al entorno y así es como vamos trabajando, adaptando el personal a esas necesidades y expectativas: el concesionario se convierte en un lugar en el que el cliente va a vivir la experiencia, configurar el modelo que quiere, etc. y el vendedor lo que hace es guiar al comprador en esa experiencia... y así vamos aprendiendo de los clientes y realizando cambios e cara al futuro”.

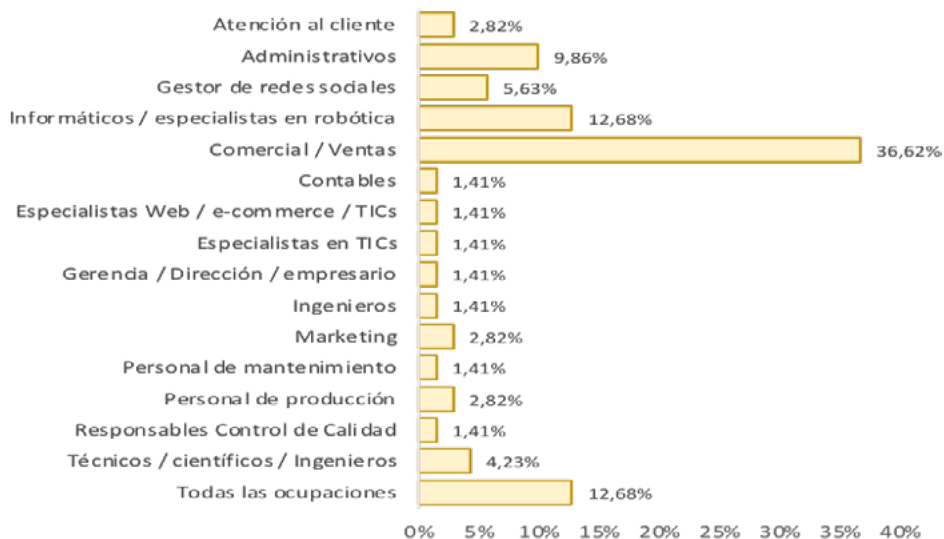
Empresa sector comercio

TENDENCIAS DE EVOLUCIÓN DE LAS OCUPACIONES

Ocupaciones que están experimentando mayores cambios en las funciones y competencias.

Las empresas del sector de comercio encuestadas han mencionado toda una serie de ocupaciones que están experimentando más cambios en los cometidos y competencias necesarias que se presentan a continuación con el porcentaje de respuestas.

Gráfico 104. Ocupaciones con mayores cambios. Comercio.



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar el mayor porcentaje de respuestas se concentra en las posiciones del área comercial y de venta con un 32% de las respuestas que es muy significativo si consideramos que se ha planteado una pregunta abierta sin un listado cerrado de ocupaciones. También es relevante por la importancia que la actividad de venta y comercial tiene en los procesos de la actividad del sector de comercio.

Asimismo, se ha destacado en mayor medida los cambios en el perfil administrativo y en diferentes perfiles de Informática y TICs con mayor incidencia en el ámbito de robótica.

Ocupaciones clave en crecimiento

La opinión de las empresas, expertos y otros agentes consultados del sector coincide en gran medida con los resultados del “Estudio Prospectivo del Sector Comercio Minorista en España elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del SEPE” (Servicio Público de Empleo Estatal) analizando la situación actual y perspectivas del sector, las ocupaciones con mejores perspectivas de empleo serían las siguientes:

- ▶ Perfiles relacionados con comercio, transporte y logística: experto en comercio electrónico, repartidor con conocimiento en nuevas tecnologías y responsable de soporte de comercio internacional.

El potente desarrollo de esta rama del comercio requiere que los profesionales cuenten con una base formativa actualizada y adaptada a las necesidades de las empresas. Así, surgen necesidades de formación en competencias técnicas como idiomas, comercio electrónico, omnicanalidad, es decir, el diseño de estrategias de comunicación coherentes con el cliente a través de todos los canales y soportes físicos como móviles, ordenador.

Perfiles del comercio tradicional con perspectivas de crecimiento relacionados con los procesos de especialización.

- ▶ Dependiente de comercio: aunque están condicionadas a la profesionalización en atención al cliente, técnicas de venta y en todos los aspectos relativos a la digitalización y modernización del sector.
- ▶ Dependiente de comercio de alimentación: en particular se demanda especialistas en frescos los dependientes-carniceros, dependientes de panadería, etc.
- ▶ Modistas.
- ▶ Relojeros.
- ▶ Vendedor/a especializados en: prendas de vestir y calzado, artículos culturales y recreativos, así como en el de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados.

“Hay profesiones que deben crecer, todas aquellas relacionadas con el negocio online”.

Empresa sector comercio-textil

Ocupaciones en situación de mantenimiento

Hay profesiones que se van a mantener siempre, las relacionadas con la postventa.

“Hay ocupaciones que nos cuesta encontrar, que requieren años de experiencia y que es muy difícil que las personas dispongan de la formación y experiencia adecuadas por lo que hemos asumido la incorporación sin la experiencia y un periodo de formación en la empresa, conlleva una curva de aprendizaje importante...”.

Empresa sector comercio

“Hay un déficit de vendedores reales, profesionales de la venta. La gente no quiere dedicarse a la venta... es hacer llegar tu propuesta y ayudarle a la toma de decisión, a nivel conceptual y práctico se debe mejorar mucho la formación en técnicas de venta”.

Empresa sector comercio

Ocupaciones en recesión y/o desaparición

No existe un conocimiento y percepción concreta en los informantes clave del sector entrevistados respecto a la tipificación de posibles ocupaciones en declive o posible desaparición, si bien se apunta dos tendencias que pueden incidir negativamente en la evolución de algunos perfiles profesionales.

- ▶ Por una parte, aquellos oficios del comercio tradicional especializados que “se están perdiendo”:

“Hay profesiones que van a desaparecer como las personas profesionales de la confección y otros que llevan a que las empresas busquen soluciones en la Península”.

Empresa sector comercio

- ▶ Por otro lado, se considera que el crecimiento y consolidación del comercio electrónico puede aumentar la brecha entre el comercio tradicional y el comercio moderno y con ello limitar las posibilidades de desarrollo competitivo del comercio tradicional y, por tanto, de los empleos en este modelo del sector. Una inmensa mayoría de las pymes del sector de comercio tradicional no disponen de personal con formación y experiencia en el uso de tecnologías digitales, promoción y venta a través de internet, ni tienen la visión ni cuentan con los recursos para la subcontratación o externalización de estos recursos de transformación digital.

Ocupaciones emergentes

Yacimientos de empleo vinculados a la transformación digital del sector. El crecimiento potencial del comercio electrónico está actuando como un motor de empleo para los siguientes perfiles:

- ▶ Perfiles STEM (perfiles científicos y tecnológicos) relacionados con las Tics y perfiles digitales.

Se pueden a su vez diferenciar tipos de perfiles en crecimiento según su aplicación a los procesos clave del sector, tipos de actividad y tamaño empresarial.

- ▶ Perfiles digitales relacionados con las actividades de Marketing.
 - Responsable de comunidad y redes sociales.
 - Analista web y especialista en usabilidad.
 - Maquetador digital, diseñador gráfico, programador, desarrollador, consultor SEM (marketing de buscadores), SEO (optimización para motores de búsqueda).
 - Consultor de marca online.
 - Analista de datos.
 - Analista de redes sociales, gerente de tráfico web y experto en comunicación.

“La contratación de las empresas va a empezar a tener un perfil un poco más tecnológico a partir de cierto tiempo”.

Empresa sector comercio

“Las transformaciones del sector son hacia una especialización de lo online, sin perder las profesionales tradicionales, que cada vez cuestan más encontrar soluciones para puestos tradicionales”.

Empresa sector comercio

“Ocupaciones relacionadas con el posicionamiento on line, como las nuevas competencias requeridas están enfocadas hacia lo online y herramientas SEO, Google AdWords, analytics, redes sociales, desarrollo de contenido de valor...expertos en HTML, nuevos lenguajes de programación, big data, etc.”

Experto sectorial

B. PROSPECTIVA CUALITATIVA EMPLEO SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

PRINCIPALES FACTORES DE CAMBIO EN LOS PERFILES PROFESIONALES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS

Crecimiento de la demanda de perfiles con dificultades de cobertura en niveles técnicos y mando como a nivel operativo.

Aunque según los resultados de la encuesta se podría deducir que en estos momentos no hay grandes dificultades para la cobertura de puestos de trabajo en el sector de transporte y almacenamiento, en las entrevistas con responsables y mandos de empresas si exponen que las mayores dificultades de cobertura de puestos se concentran en las ocupaciones de conductores jefes/as de tráfico, ingeniero/a de métodos logísticos y director/a de operaciones entre otros.

“En niveles más bajos de cualificación se detecta una necesidad creciente de personal de almacén: preparadores de pedidos, almaceneros, conductor de carretillas elevadoras, repartidores, etc. Ante la incapacidad para encontrar personal en el nivel requerido, las empresas están optando por formar a personal de otras áreas como departamentos de administración en actividades de almacén para cubrir estas necesidades”.

Empresa sector transporte

“Existe un nivel de plantilla mínimo estable en estas empresas y en los casos de aumentos de pedido, los empresarios se encuentran con que no hay suficientes perfiles de candidatos preparados y con la actitud adecuada para trabajar con eficacia e incorporarse de inmediato. La poca presencia del sector industrial en Canarias afecta negativamente al número de candidatos disponibles a emplear y aumenta el coste porque hay que formarlos dado que vienen con nula experiencia o conocimientos industriales. Ello conlleva la búsqueda de perfiles formados fuera de Canarias, incluso en el extranjero o la subcontratación de empresas foráneas”.

Empresa sector transporte

El impacto de la digitalización está generando un modelo de dos velocidades.

Cambio importante en los modelos de negocio, procesos y perfiles profesionales en grandes empresas frente a una difícil, lenta y limitada adaptación de la parte del sector de pymes más tradicional.

Perfiles digitales más demandados y con mayor dificultad de cobertura.

Entre los perfiles digitales más demandados destacan ingeniero/a de software de sistemas logísticos, arquitectos/as de IT de sistemas logísticos, el área de big data y el desarrollador/a y programador/a de APP.

Importancia creciente que las competencias clave sociales y personales tienen en los criterios reclutamiento y selección de las empresas.

Nivel de competencias transversales/soft (iniciativa, compromiso, responsabilidad, trabajo en equipo, orientación comercial, servicio al cliente, etc.). A igualdad de condiciones de experiencia y formación la disponibilidad de competencias clave son determinantes para decidir el candidato/a seleccionar.

Carencias en las competencias idiomáticas de los candidatos/as que quieren acceder al sector.

“Debido al alto porcentaje de clientes foráneos, se requiere que el personal sea competente en manejo de idiomas, mínimo el inglés a nivel C1, idealmente un segundo idioma como alemán, francés, ruso.”

Empresa sector transporte

Falta de nivel de la experiencia previa adecuada de los empleados/as en el puesto de trabajo.

“Más del 40% del total de plantilla carece de experiencia en otra empresa: tanto operarios como administrativos como técnicos, se quedaron fieles a la empresa que les dio la primera oportunidad”.

Empresa sector transporte

Relevo generacional y gestión de la diversidad intergeneracional.

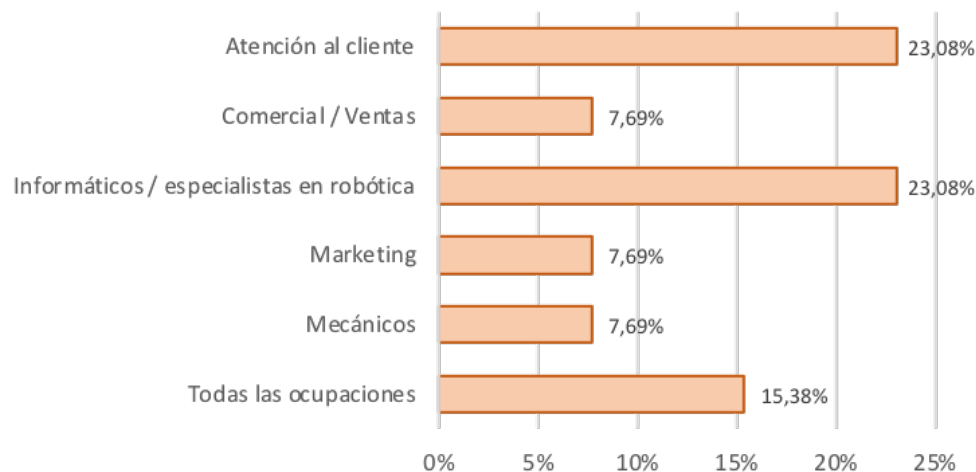
Para el sector de transporte y almacenamiento es un problema importante el relevo generacional pues el envejecimiento de la población ocupada en el sector (entre 50 y 64 años), según datos de la EPA, es superior a la media de otros sectores y, paralelamente, se encuentran muchas dificultades para incorporación, la transferencia de las competencias y saber hacer de unas generaciones a otras.

TENDENCIAS DE EVOLUCIÓN DE LAS OCUPACIONES

Ocupaciones que están experimentando mayores cambios en las funciones y competencias.

En la encuesta realizada las empresas del sector de transporte han mencionado las siguientes ocupaciones en proceso de cambio en sus funciones y competencias.

Gráfico 105. Ocupaciones con mayores cambios. Transporte.



Fuente: Elaboración propia.

Las actividades y ocupaciones de atención al cliente e informática son las que se considera que están en mayor intensidad de cambios.

Ocupaciones clave en crecimiento

Si observamos los resultados de las entrevistas realizadas con empresas, expertos y otros agentes del sector se confirmaría **las previsiones y expectativas de crecimiento del empleo en el sector en diferentes áreas y niveles de cualificación tanto operativos de base, como puestos técnicos y de dirección.**

En primer lugar, las empresas del sector y otros agentes entrevistados han situado **a las ocupaciones operativas de conducción (conductor) y almacén (empleados de almacén y conductores de carretillas elevadoras)** como las que tienen una mayor demanda prevista a corto plazo.

Si bien también se destaca **la demanda creciente de ocupaciones de mayor nivel de cualificación para puestos de mandos o de dirección** sobre todo en empresas de mayor tamaño: ingeniero/a de métodos logísticos y jefe de tráfico, técnico de compras y aprovisionamiento, técnico en control de calidad, técnicos en logística (en cadena de suministro).

En las empresas del sector de logística que tienen relación con la exportación de productos y en al área de almacén destacan las ocupaciones de experto en aduanas y el técnico en comercio exterior, que tienen buenas expectativas de empleo según las previsiones.

Asimismo, es importante considerar la incidencia del comercio electrónico en las actividades del sector que, si bien no es una actividad puramente logística, sí requiere de gestión logística para su funcionamiento. En esta área destacan dos perfiles de alta cualificación: director de operaciones y técnico en tecnología informática, que se ocupa del manejo de la web, pasarela de pago,

relación web-stock. En el nivel técnico entre los perfiles digitales más demandados destacan arquitectos de IT de sistemas logísticos, analistas de sistemas el área de big data y el desarrollador y programador de APP.

Ocupaciones con dificultad de cobertura

En muchos casos la mayor demanda de determinados perfiles coincide con las dificultades de cobertura de estos puestos que son mayores en las ocupaciones de conductores, técnico de compras y aprovisionamiento, jefes de tráfico, ingeniero de métodos logístico y director de operaciones, técnico de comercio exterior.

El déficit de cobertura de puestos de perfiles digitales es muy importante ya que se sitúa en casi el 40% de vacantes convocadas, muy por encima de otros perfiles en el sector, tendencia que a medida que se implante la digitalización en todos los segmentos de actividad y perfiles de empresas ira en aumento.

Ocupaciones emergentes

En opinión de los expertos y agentes de sector consultados los importantes cambios que está experimentando las actividades del sector de transporte y almacenamiento y en qué medida se vayan consolidando a medio y largo plazo dará lugar a la emergencia de nuevos perfiles profesionales.

En este sentido, se apuntan algunas tendencias clave: conversión de empresas de transportes en operadores logísticos, la creación de departamentos logísticos o la subcontratación por parte de empresas e industrias de las operaciones logísticas (almacenamiento, manipulación de cargas o preparación de pedidos), los cambios en las actividades de gestión de aduanas que incidirán en la digitalización de las tareas, la reducción de la carga administrativa y, por tanto, implicara una reducción del número de empleados en estas actividades y la necesidad de nuevas competencias.

Esta situación es especialmente relevante en ocupaciones en torno al **comercio electrónico**. En el caso del comercio electrónico los perfiles que ya están creciendo con elevada demanda pueden dar lugar a nuevos perfiles más específicos y especializados y relacionados con transformación digital en el sector del transporte que se está desarrollando sobre la base de cuatro ejes estratégicos: tecnología en la nube, tecnología móvil, Internet de las cosas y Redes sociales, destacando en cada uno de ellos una serie de buenas prácticas y casos de éxito cuyo nexo común es la innovación.

En empresas grandes en las que las relaciones comerciales con el exterior (importación/exportación) son elevadas se tiende a incorporar a expertos en aduanas. En este sentido, la ocupación complementaria que está surgiendo es el Operador Económico Autorizado que, en el marco de sus actividades profesionales, efectúa actividades reguladas por la legislación aduanera, conjugando seguridad y facilitación del comercio. Mediante el certificado OEA de la Agencia Tributaria se le reconoce su confiabilidad y solvencia en materia de tramitaciones aduaneras y seguridad, con lo cual puede disfrutar de ventajas en toda la Unión Europea.

También están surgiendo nuevas ocupaciones relacionadas con los sistemas kitting (reunir todos los materiales que conforman un producto y agruparlos en un paquete o kit que se entrega a las líneas de ensamble para que se proceda a su ensamblaje), la logística inversa (actividades de relacionadas con la recogida y el tratamiento de los bienes y productos que han finalizado su vida útil: devoluciones de productos, devoluciones comerciales, etc.) y la intermodalidad (articulación entre diferentes modos de transporte utilizando una única «unidad de carga»). A corto y medio plazo va a ir cobrando mayor importancia la presencia de los expertos en intermodalidad, ya que se necesitarán para la combinación de diversos sistemas de transporte, con el fin de minimizar la alteración en las mercancías y de optimizar la distribución.

C. PROSPECTIVA CUALITATIVA EMPLEO SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

PRINCIPALES FACTORES DE CAMBIO EN LOS PERFILES PROFESIONALES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS

Factores que inciden en la dinámica de empleo.

En la fase de investigación cualitativa se ha puesto de manifiesto, en el discurso de las empresas, expertos/as y agentes implicados, los cambios y mayores exigencias de cualificación que se vienen detectando en la demanda de los perfiles técnicos y mandos como consecuencia de los cambios productivos y tecnológicos y de manera relevante de la transformación digital y las exigencias de avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible.

“Los perfiles que más se demandan son los IT tanto de soporte interno para los programas de la compañía como personas con componentes de análisis de negocio de base tecnológica... también técnicos de gestión de redes que tiene más capacidad de control sobre las tarifas de los hoteles, perfiles muy especializados en gestión de base de datos y el bussiness intelligence reporting de información de from office y back office”.

Empresa sector turismo

“El cambio más relevante es que estos perfiles de base tecnológica ya no solo forman parte de un departamento de informática o nuevas tecnologías, sino que se están sentando en los consejos de administración para la toma de decisiones estratégicas de inversiones y desarrollo de negocio y esto va a crecer el futuro”.

Empresa sector turismo

“Nos cuesta mucho encontrar perfiles IT y es cierto que también perfiles turísticos con alta demanda como metre y jefe de cocina es muy difícil de encontrar y son perfiles sencillos y que, con algún curso de gestión de personas y protocolo social, pero vemos que no hay mucha presencia de estos puestos en el mercado”.

Empresa sector turismo

Déficit de cualificación y talento en los perfiles de base en particular en el sector de Hostelería.

“El sector de hostelería adolece de personal cualificado sobre todos en sus niveles más básicos de cualificación: camareros, ayudantes de cocina, etc. que permita luego adaptarlos a todos los modelos de negocio ya que la dispersión es amplia... y este déficit de formación y de talento a medida que vamos avanzando en los niveles de cualificación: jefe de cocina, jefe de sala, personas que se encargan aquí nos encontramos un importante desfase: entre personas que viene de las posiciones de base pero carecen de competencias de gestión o gente que tiene competencias de gestión pero no conoce la base operativa, lo que implica que las empresas no encuentren las personas con el perfil requerido (...).”

Empresa sector turismo

“Los tramos de edad en la hostelería no son un problema ya que encontramos personal de todas las edades, pero el problema está en la formación y cualificación de los profesionales (...).”

Experto sectorial

Las previsiones de empleo pasan por un descenso por la llegada tecnológica, pero se debe generar empleo en otras actividades.

“La digitalización y la robotización es un nicho de nuevos empleos, pero también tiene un efecto importante de sustitución de otros empleos de tipo más convencionales... de modo que quizás el saldo neto del efecto de la automatización y digitalización es negativo y distinto”.

Experto sectorial

Debe abordarse un cambio de modelo en las relaciones laborales para generar confianza y empleo en el sector.

“En la dimensión cultural de las relaciones laborales que tiene como componentes fundamentales la transparencia, la confianza y el compromiso entre las empresas y los empleados del sector”.

Experto sectorial

“Un buen ambiente de trabajo mejora el rendimiento y productividad, así como la mejora de la calidad de atención al cliente”.

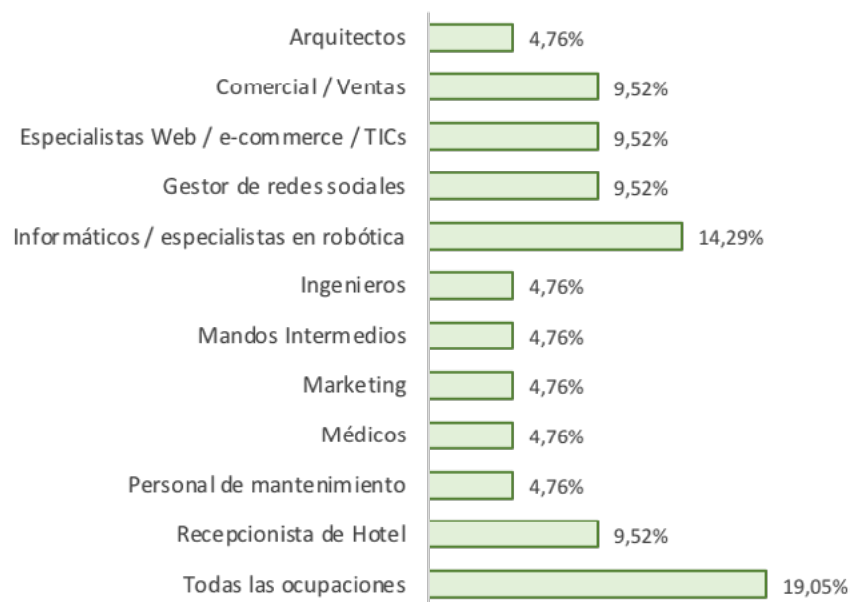
Experto sectorial

TENDENCIAS DE EVOLUCIÓN DE LAS OCUPACIONES

Ocupaciones que están experimentando mayores cambios en las funciones y competencias.

En la respuesta en abierto que han ofrecido las empresas del sector de Hostelería y Turismo en la encuesta respecto a las ocupaciones que están experimentando mayores cambios en las funciones y competencias se han mencionado las siguientes:

Gráfico 106. Ocupaciones con mayores cambios. Hostelería y Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

Destacar el 20% de empresas que han comentado que todas las ocupaciones están en proceso de cambio que es significativo en una pregunta abierta, asimismo se mencionan a diferentes puestos relacionados con el ámbito de TICs y que tiene que ver con la incidencia de la digitalización en las actividades del sector turístico: informáticos, gestor de redes, especialistas web, e-commerce, TICs.

Por último, a nivel más operativo se ha mencionado la ocupación de recepción de hotel.

Ocupaciones clave en crecimiento.

En primer lugar, podemos decir que una proporción elevada de la demanda de empleo se concentra en un número reducido de ocupaciones:

- ▶ En el subsector servicios de alojamiento, destacan como ocupaciones más demandadas, camareros, bármanes y asimilados, dependientes y exhibidores en tiendas, almacenes, quioscos y mercados; cocineros y otros preparadores de comidas; recepcionistas en establecimientos distintos de oficinas; y jefes de cocineros, de camareros y asimilados.

Los perfiles más demandados en el sector de restauración son el auxiliar de cocina y el camarero con idiomas y, en general, se demanda perfiles versátiles, polivalentes y con vocación de servicio (donde se ha detectado una importante carencia), con conocimientos de nuevas tecnologías y difusión de la información.

- ▶ En el subsector servicios de comidas y bebidas, las ocupaciones más demandadas son los de camareros, bármanes y asimilados, personal de limpieza de oficinas, hoteles (ca-

mareras de piso) y otros establecimientos similares, cocineros y otros preparadores de comidas y dependientes y exhibidores en tiendas, almacenes, quioscos y mercados.

- ▶ - En las actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos, taquígrafos y mecanógrafos, empleados de agencias de viajes, agentes de viaje, guías y azafatas de tierra.

El **servicio de atención al cliente** proporciona a las empresas de turismo y hostelería una forma de contactar con sus clientes para que los servicios cubran sus expectativas. Por este motivo está entre los puestos más demandados. Una de las principales habilidades son los idiomas, también se valoran especialmente los conocimientos en técnicas de comunicación. Dentro de este departamento, hay distintos perfiles, desde la gestión de la calidad hasta el marketing y las relaciones públicas.

Recepcionistas. El trabajo de recepcionista es uno de los que más ha ido evolucionando en función de las tendencias del mercado. Y es que estos profesionales son la primera impresión que el cliente se lleva al llegar al hotel. Los requisitos para ocupar el puesto generalmente suelen ser formación en Hostelería o Turismo, idiomas, capacidad para trabajar en equipo y buen trato con el público.

Community Manager. Aunque se trata de una profesión relativamente reciente, lo cierto es que se ha convertido en una de las más demandadas dentro del sector del turismo. Se trata de la figura que gestiona las redes sociales y la comunicación online. Muy ligada al revenue manager que se encarga de interconectar las estrategias de cada uno de los departamentos para que sean más eficiente, además de ajustar precios, realizar promociones y captar ventas.

Información Turística/Atención al Cliente/Relaciones Públicas/Guest Experience. El nombre puede variar en función de la empresa, pero la descripción del puesto de trabajo es más o menos el mismo. Asegurarse de que el cliente queda satisfecho con su estancia en el hotel. Eso sí, los requisitos del empleo pueden variar mucho dependiendo de la empresa u hotel en el que se trabaje, tipo de cliente, tipo de hotel/resort, etc. Pero hay algunos que suelen ser comunes para todos: formación en Hostelería o Turismo, idiomas, actitud proactiva y resolutiva y orientación al cliente.

Los roles de **channel manager o de e-commerce manager**, personal dedicado a la gestión del canal de venta on line, en turismo son quizás los más demandados, pero también los de mayor rotación, por el impacto que tiene su papel en la cuenta de resultados de la empresa.

Ocupaciones en recesión y/o desaparición

No se han mencionado ocupaciones en declive o proceso de desaparición si bien se afirma en general, el riesgo de desaparición de aquellos puestos que están sujetos a la automatización por la implantación de tecnología y la digitalización que hacen referencia a cambios significativos en las competencias profesionales ligadas a la transformación digital.

Ocupaciones emergentes

Las ocupaciones nuevas del sector son relacionadas al uso de nuevas tecnologías, incorporación de puestos nuevos en la empresa, pero existentes en el mercado. A medida que las empresas cre-

cen amplían los puestos. Una fuente o yacimiento de empleos está formada por el desarrollo de nuevas actividades de deportes extremos (escaladas, barranquismo, rapel, rafting, senderismo, campismo, acompañados de excursiones); estos requieren instructores certificados.

A continuación, se presenta la evolución del empleo, de acuerdo a las entrevistas realizadas a empresarios, expertos, responsables de recursos humanos y responsables de centros de formación.

- ▶ Las ocupaciones totalmente nuevas citadas por los entrevistados son:
 - En todas las actividades y empresas del sector: community Manager. Gestor de redes sociales (community manager): responsable de la gestión de comunidades virtuales y redes sociales con fines comerciales o de marketing.
 - En restauración: runner (control de calidad), personal para el manejo y gestión de reciclaje.
 - En agencias de viaje: programador de viajes combinados. Planificador de destinos turísticos: responsable del diseño de la estrategia para mejorar la competitividad del destino, de la identificación de sus elementos diferenciales y del relanzamiento o consolidación de destinos. Gestor de canales (channel manager): responsable del manejo, con fines comerciales, de los diferentes canales de distribución de la empresa.
 - En hoteles: gestor estratégico de ventas (revenue manager): responsable de la estrategia de precios de habitaciones, espacios funcionales, etc., en establecimientos hoteleros incorporando conceptos dinámicos. Auxiliar de reservas (para ventas on line), Marketing digital, canales digitales, comercio electrónico, revenue management (que se encarga de la gestión de herramientas para fijar precios, gestionar reservas y cerrar ventas), encargado de experiencias, crear experiencias, especialista de experiencia o comportamiento, servicio al cliente, redes y presencial, community manager, seguridad marítima, organización y supervisión de las actividades.
 - Otras actividades de ocio y culturales: analistas para la gestión de la información, medición de calidad, conocer el cliente y el mercado. Gestor cultural: responsable de la identificación y puesta en valor de los elementos culturales de un destino.

“En el campo de la descarbonización y desarrollo medioambiental también hay un campo muy importante de generación de empleos ligados al diseño e implantación de energías renovables”.

Experto sectorial

“El análisis de grandes cantidades de datos... el big data para analizar las demandas y expectativas del turista y adaptar el diseño de la oferta va a ser un campo aun por explorar pero con un campo de generación de empleo importante a futuro... pero es importante establecer para que se va a necesitar la toma de datos del cliente para ser prudentes para ajustar nuestras decisiones en función de los resultados pero sin generar distorsiones en la experiencia turística... por ello se va a necesitar profesionales con formación, experiencia y de vivencia turística para que sea muy respetuosos con la estancia del turista y en generar externalidades negativas... pero es evidente que es un tema que ha venido para quedarse en el sector”.

Experto sectorial

6.

Caracterización de la oferta y prospectiva de la demanda de formación

6.1. Caracterización de la oferta
de formación por sectores

6.2. Valoración de los procesos
de formación

6.3. Frenos y obstáculos para
el desarrollo de la formación

6.4. Prospectiva de la demanda
de formación por sectores

6.

Caracterización de la oferta y prospectiva de la demanda de formación

En este apartado del estudio se aborda un análisis específico de la situación actual y prospectiva de la formación en los sectores tradicionales de la economía canaria desde dos perspectivas; por una parte desde el lado de la oferta para obtener una radiografía de caracterización de la oferta formativa dirigida a los sectores tradicionales en Canarias y, por otra parte, desde el lado de la demanda de necesidades de formación de las empresas de los sectores tradicionales, con el fin de recabar información que permita obtener una prospectiva de la adecuación de la oferta formativa a las necesidades de desarrollo de competencias y elaborar las recomendaciones y propuestas de mejora en materia de planificación y programación de la oferta formativa en los diferentes niveles educativos y en particular en la Formación Profesional para el Empleo.

6.1. Caracterización de la oferta de formación por sectores:

Como contexto general de la formación en las empresas en Canarias es conveniente comenzar repasando datos obtenidos del ISTAC sobre formación dirigida a empresas y población desempleada.

Tabla 104. Formación dirigida a personas ocupadas. Por sexo y Provincias. Canarias.

	AMBOS SEXOS			HOMBRES			MUJERES		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015
CANARIAS	144.060	132.740	134.697	77.416	71.450	73.763	66.644	61.290	60.934
Las Palmas	76.618	70.037	65.768	41.765	38.138	37.422	34.853	31.899	28.346
Santa Cruz de Tenerife	67.442	62.703	68.929	35.651	33.312	36.341	31.791	29.391	32.588

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

En la tabla anterior observamos las estadísticas formativas dentro de las empresas canarias, para empleados activos totales y separados por géneros, en el periodo 2015-2017.

Formación dirigida a población desempleada:

A continuación, presentamos la población desempleada canaria que ha participado en acciones de formación en el periodo 2015-2017 (últimos datos disponibles).

Tabla 105. Formación dirigida a personas desempleadas: Participantes que terminan acción formativa según sexos y grupos de edad. Por provincias y periodos. Canarias.

	2017	2016	2015
AMBOS SEXOS			
CANARIAS			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	13.044	15.693	10.672
Menos de 25 años	2.668	3.359	2.263
De 25 a 34 años	3.755	4.725	3.161
De 35 y más años	6.621	7.609	5.248
Las Palmas			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	6.741	8.217	5.744
Menos de 25 años	1.627	1.980	1.422
De 25 a 34 años	1.947	2.458	1.659
De 35 y más años	3.167	3.779	2.663
Santa Cruz de Tenerife			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	6.303	7.476	4.928
Menos de 25 años	1.041	1.379	841
De 25 a 34 años	1.808	2.267	1.502
De 35 y más años	3.454	3.830	2.585
Hombres			
CANARIAS			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	5.306	6.906	4.859
Menos de 25 años	1.270	1.670	1.175
De 25 a 34 años	1.419	1.975	1.371
De 35 y más años	2.617	3.261	2.313

Las Palmas			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	2.876	3.789	2.692
Menos de 25 años	810	1.031	740
De 25 a 34 años	770	1.091	725
De 35 y más años	1.296	1.667	1.227
Santa Cruz de Tenerife			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	2.430	3.117	2.167
Menos de 25 años	460	639	435
De 25 a 34 años	649	884	646
De 35 y más años	1.321	1.594	1.086
Mujeres			
CANARIAS			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	7.738	8.787	5.813
Menos de 25 años	1.398	1.689	1.088
De 25 a 34 años	2.336	2.750	1.790
De 35 y más años	4.004	4.348	2.935
Las Palmas			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	3.865	4.428	3.052
Menos de 25 años	817	949	682
De 25 a 34 años	1.177	1.367	934
De 35 y más años	1.871	2.112	1.436
Santa Cruz de Tenerife			
TOTAL, GRUPOS DE EDAD	3.873	4.359	2.761
Menos de 25 años	581	740	406
De 25 a 34 años	1.159	1.383	856
De 35 y más años	2.133	2.236	1.499

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

Como vemos podemos observar en los datos, el sector poblacional que más utiliza este tipo de formación es el de las mujeres de “35 años y más”. A nivel de Canarias el colectivo femenino utiliza más este tipo de formación representando el 54,3% en 2015, el 51,3% del total en 2016 y el 55% del total en 2017; mostrando una clara tendencia ascendente. En cuanto a rango edad, las personas de “35 años o más”.

6.1.1. Caracterización de la oferta de formación sector comercio

Encuadre del sector en el Catálogo Nacional de Cualificaciones

En primer lugar, la configuración de la estructura de la oferta formativa viene definida por su encuadre en el Sistema Nacional de Cualificaciones, de modo que se ofrece una panorámica de la oferta formativa del sector de comercio partiendo de las cualificaciones recogidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

Tabla 106. Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. Comercio.

NIVEL 1:	
COM411_1	Actividades auxiliares de almacén
COM412_1	Actividades auxiliares de comercio
NIVEL 2	
COM085_2	Actividades de venta
COM631_2	Actividades de gestión del pequeño comercio
NIVEL 3	
COM086_3	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional
COM087_3	Atención al cliente, consumidor o usuario
COM088_3	Tráfico de mercancías por carretera
COM158_3	Implantación y animación de espacios comerciales
COM312_3	Asistencia a la investigación de mercados
COM313_3	Control y formación en consumo
COM314_3	Gestión comercial de ventas
COM315_3	Gestión y control del aprovisionamiento
COM316_3	Marketing y compraventa internacional
COM317_3	Organización del transporte y la distribución
COM318_3	Organización y gestión de almacenes
COM623_3	Tráfico de viajeros por carretera
COM650_3	Gestión comercial inmobiliaria
COM651_3	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera
COM652_3	Gestión de marketing y comunicación

Fuente: Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

A. FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

Estas enseñanzas responden a un perfil profesional, permiten la mejora de una cualificación profesional o la preparación para el ejercicio de otras profesiones, se estructuran en módulos profesionales de duración variable y se organizan de manera que permiten la conciliación del aprendizaje de las personas con circunstancias sociales, laborales o familiares.

En este sentido los títulos de FP relacionados directamente con la Familia de Comercio y Marketing son las siguientes:

Títulos de Formación Profesional Básica

- ▶ Título Básico Profesional en Servicios Comerciales

Títulos de Formación Profesional de Grado medio

- ▶ Técnico en Actividades Comerciales

Títulos de Formación Profesional de Grado Superior

- ▶ Técnico Superior en Comercio Internacional.
- ▶ Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.
- ▶ Técnico Superior en Marketing y Publicidad.

B. FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO

El Sistema de Formación para el Empleo tiene la misión de formar y capacitar a las personas para el trabajo y actualizar sus competencias y conocimientos a lo largo de su vida profesional.

La Formación Profesional comprende el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica. Incluye las enseñanzas propias de la formación profesional inicial, las acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores, así como las orientadas a la formación continua en las empresas, que permitan la adquisición y actualización permanente de las competencias profesionales conforme a la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional.

Tabla 107. Certificados de profesionalidad relacionados con el Comercio.

NIVEL	CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD
2	Actividades de venta
2	Actividades de gestión del pequeño comercio
3	Tráfico de mercancías por carretera
3	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera

3	Marketing y compraventa internacional
3	Gestión de marketing y comunicación
3	Implantación y animación de espacios comerciales
3	Atención al cliente, consumidor o usuario
3	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional
3	Actividades auxiliares de comercio
3	Gestión comercial de ventas

Por lo que se refiere a los contenidos de formación específicos del sector de comercio en Canarias en el ámbito de la FPE los siguientes datos se han recogido de la base de datos del Catálogo de Especialidades del Servicio Canario de Empleo que incluye la relación de acciones formativas relacionadas con el sector a impartir con criterios de prioridad en los planes de Formación para el Empleo para las personas ocupadas o desempleadas.

Tabla 108. Acciones formativas sector Comercio catálogo especialidades FPE.

ÁMBITO SECTORIAL	SECTOR	DENOMINACIÓN
Comercio	Comercio	VENTAS ADAPTADAS AL PLAN RENOVE
Comercio	Comercio	VENTA TELEFÓNICA
Comercio	Comercio	VENTA DE VINO. CURSO DE MARIDAJE DE VINO
Comercio	Comercio	VENDEDOR TÉCNICO
Comercio	Comercio	VALORACIÓN ORNAMENTAL
Comercio	Comercio	UTILIZACIÓN DE LAS PLANTAS: FITOTERAPIA
Comercio	Comercio	USO Y MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA DE JARDINERÍA
Comercio	Comercio	USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LIBRERÍA PARA LA VENTA DE LIBROS
Comercio	Comercio	TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL
Comercio	Comercio	TENDENCIAS EN ESCAPARATISMO NAVIDEÑO
Comercio	Comercio	TENDENCIAS ACTUALES DISEÑO DE INTERIORES
Comercio	Comercio	TELEOPERADOR
Comercio	Comercio	TELEMARKETING
Comercio	Comercio	TÉCNICAS DE VENTA
Comercio	Comercio	TÉCNICAS DE DESHUESE Y CORTE
Comercio	Comercio	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA VENTA
Comercio	Comercio	SERVICIOS POST VENTA

Comercio	Comercio	SEGURIDAD ALIMENTARIA
Comercio	Comercio	RESTAURACIÓN EN JARDINERÍA
Comercio	Comercio	RECICLAJE DE COMERCIALES
Comercio	Comercio	RECEPCIÓN, MANTENIMIENTO Y ACONDICIONAMIENTO DE PLANTAS
Comercio	Comercio	REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE VENTA TÉCNICA
Comercio	Comercio	REALIZACIÓN DE COMPOSICIONES NUPCIALES
Comercio	Comercio	PSICOLOGÍA DEL CLIENTE
Comercio	Comercio	PSICOLOGÍA DE VENTAS
Comercio	Comercio	PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA
Comercio	Comercio	PRODUCTOS PICADOS Y FRESCOS
Comercio	Comercio	PRODUCCIÓN DE ARBUSTOS ORNAMENTALES
Comercio	Comercio	PROCESOS DE CONTROL Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
Comercio	Comercio	PROCESO Y TECN. DE ELAB. DE PROD. CÁRNICOS
Comercio	Comercio	PROCESO DE ELABORACIÓN DE PROD. FRESCOS TROCEADOS Y UTIL VÍSCERAS
Comercio	Comercio	PROCESO DE ELABORACIÓN DE PROD. CRUDOS, CURADOS Y COCIDOS
Comercio	Comercio	PROCESO DE ELABORACIÓN DE EMBUTIDOS
Comercio	Comercio	PREVISIONES DE VENTA
Comercio	Comercio	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN EL ÁMBITO COMERCIAL
Comercio	Comercio	PRESENTACIONES COMERCIALES
Comercio	Comercio	PREPARACIÓN DE PEDIDOS
Comercio	Comercio	PRENDIDOS Y TOCADOS DE NOVIA
Comercio	Comercio	POSICIONAMIENTO EN LA WEB Y REDES SOCIALES APLICADO AL EMPRENDIMIENTO
Comercio	Comercio	PODA EN GENERAL
Comercio	Comercio	PODA DE PALMERAS ORNAMENTALES
Comercio	Comercio	PODA DE ARBUSTOS
Comercio	Comercio	PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL
Comercio	Comercio	PESCADERÍA. TÉCNICAS DE TRABAJO
Comercio	Comercio	PERSONAL SHOPPER
Comercio	Comercio	PERSONAL SHOPPER
Comercio	Comercio	PERSONAL SHOPPER
Comercio	Comercio	PAQUETERÍA Y ENVOLTORIO DE REGALO

Comercio	Comercio	PAQUETERÍA Y ENVOLTORIO DE REGALO
Comercio	Comercio	PAQUETERÍA Y ENVOLTORIO DE REGALO
Comercio	Comercio	PAISAJISMO
Comercio	Comercio	ORGANIZAR UN EQUIPO DE VENTAS
Comercio	Comercio	ORGANIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA
Comercio	Comercio	ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO
Comercio	Comercio	ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA
Comercio	Comercio	OPTIMIZACIÓN COMERCIAL TIEMPOS DE CRISIS
Comercio	Comercio	OPERATIVA DE CAJA-TERMINAL PUNTO DE VENTA
Comercio	Comercio	OPERADOR DE CARRETILLAS ELEVADORAS
Comercio	Comercio	OPERACIONES DE VENTA
Comercio	Comercio	OPERACIONES DE CAJA EN LA VENTA
Comercio	Comercio	OPERACIONES AUXILIARES DE ALMACENAJE
Comercio	Comercio	NUEVAS TENDENCIAS EN FLOR ARTIFICIAL
Comercio	Comercio	NEGOCIACIÓN Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL
Comercio	Comercio	NEGOCIACIÓN COMERCIAL
Comercio	Comercio	MINIJARDINES PATIOS Y TERRAZAS
Comercio	Comercio	MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DE PUNTO DE VENTA
Comercio	Comercio	MERCHANDISING
Comercio	Comercio	MÁSTER EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL
Comercio	Comercio	MÁSTER EN DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
Comercio	Comercio	MÁSTER EN ASESORÍA JURÍDICO LABORAL
Comercio	Comercio	MARKETING COMERCIAL
Comercio	Comercio	MARCO JURÍDICO DE LA AGENCIA COMERCIAL
Comercio	Comercio	MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE PARQUES Y JARDINES
Comercio	Comercio	MANTENIMIENTO DE CÉSPEDES
Comercio	Comercio	MANIPULADOR DE ALIMENTOS
Comercio	Comercio	LA PUBLICIDAD APLICADA A LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
Comercio	Comercio	LA ESTRATEGIA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL
Comercio	Comercio	LA COMUNICACIÓN COMERCIAL
Comercio	Comercio	LA CARNE: CONOCIMIENTO Y ESPECIALIZACIÓN
Comercio	Comercio	JARDINERÍA. RIEGO. SISTEMAS E INSTALACIONES

Comercio	Comercio	JARDINERÍA. MANTENIMIENTO DE PARQUES Y JARDINES. PODA
Comercio	Comercio	JARDINERÍA. DISEÑO, PROYECTO E INSTALACIÓN DE JARDINES
Comercio	Comercio	JARDINERÍA. CREACIÓN Y MANTENIMIENTO DE PARQUES Y JARDINES
Comercio	Comercio	INTRODUCCIÓN A LA DISTRIBUCIÓN
Comercio	Comercio	INTERIORISMO COMERC. Y ANIMACIÓN PUNTO DE VENTA
Comercio	Comercio	INTERIORISMO
Comercio	Comercio	INFORMÁTICA. PROGRAMA DE ESTANCOS
Comercio	Comercio	INCORPORACIÓN A CARNICERÍA
Comercio	Comercio	IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES
Comercio	Comercio	IMPLANTACIÓN BCR
Comercio	Comercio	IDENTIFICACIÓN, CONTROL Y ALMACENAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS AUXILIARES Y EMBALAJES
Comercio	Comercio	IDENTIFICACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES
Comercio	Comercio	HIGIENE EN FRUTAS
Comercio	Comercio	HIGIENE ALIMENTARIA
Comercio	Comercio	HABILIDADES Y ESTRUCTURA DE LA VENTA TELEFÓNICA
Comercio	Comercio	HABILIDADES COMERCIALES

Fuente: Servicio Canario de Empleo (SCE)

C. FORMACIÓN UNIVERSITARIA

A continuación, se recoge la oferta de títulos de grado y/o Máster relacionados con el sector de comercio en Canarias.

Tabla 109. Títulos de Grado y Máster. Comercio. Universidad de la Laguna.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
4310725	Máster Universitario en Dirección de Comercio Exterior	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.
3001641	Máster Universitario en Dirección de Comercio Exterior	Máster - RD 56/2005 (2)	Autorizado por Comunidad
4314428	Máster Universitario en Dirección de Comercio Exterior por la Universidad de La Laguna	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.

Fuente: Consejería de Educación Gobierno de Canarias.

Tabla 110. Títulos de Grado y Máster. Comercio. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
4313941	Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.
4313941	Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.

Fuente: Consejería de Educación Gobierno de Canarias.

Tabla 111. Títulos de Grado y Máster. Comercio. Universidad Europea de Canarias.

Código	Título	Nivel académico	Estado
2502787	Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Europea de Canarias	Grado	Publicado en B.O.E.

Fuente: Consejería de Educación Gobierno de Canarias.

6.1.2. Caracterización de la oferta de formación sector Transporte y Almacenamiento

A continuación, se ofrece una panorámica de la oferta formativa del sector de transporte, partiendo de la configuración de las cualificaciones recogidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

Tabla 112. Cualificaciones profesionales familia profesional Transporte y Almacenamiento Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.

NIVEL 1	
TMV194_1	Operaciones auxiliares de mantenimiento de carrocería de vehículos
TMV195_1	Operaciones auxiliares de mantenimiento en electromecánica de vehículos
TMV407_1	Operaciones auxiliares de mantenimiento aeronáutico
TMV452_1	Operaciones auxiliares de mantenimiento de elementos estructurales y de recubrimiento de superficies de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV453_1	Operaciones auxiliares de mantenimiento de sistemas y equipos de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV657_1	Operaciones auxiliares de asistencia a pasajeros, equipajes, mercancías y aeronaves en aeropuertos

NIVEL 2	
TMVo44_2	Pintura de vehículos
TMVo45_2	Mantenimiento de estructuras de carrocerías de vehículos
TMVo46_2	Mantenimiento de elementos no estructurales de carrocerías de vehículos
TMVo47_2	Mantenimiento de sistemas de transmisión de fuerza y trenes de rodaje de vehículos automóviles
TMVo48_2	Mantenimiento del motor y sus sistemas auxiliares
TMV196_2	Embellecimiento y decoración de superficies de vehículos
TMV197_2	Mantenimiento de los sistemas eléctricos y electrónicos de vehículos
TMV198_2	Mantenimiento de los sistemas mecánicos de material rodante ferroviario
TMV199_2	Mantenimiento de sistemas eléctricos y electrónicos de material rodante ferroviario
TMV265_2	Mantenimiento de sistemas de rodaje y transmisión de maquinaria agrícola, de industrias extractivas y de edificación y obra civil, sus equipos y aperos
TMV266_2	Mantenimiento del motor y de los sistemas eléctricos, de seguridad y confortabilidad de maquinaria agrícola, de industrias extractivas y de edificación y obra civil
TMV454_2	Conducción de autobuses
TMV455_2	Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera
TMV456_2	Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas
TMV553_2	Mantenimiento de aparejos de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV554_2	Mantenimiento e instalación de sistemas eléctricos y electrónicos de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV555_2	Mantenimiento de la planta propulsora, máquinas y equipos auxiliares de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV556_2	Operaciones de mantenimiento de elementos de madera de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV557_2	Pintura, reparación y construcción de elementos de plástico reforzado con fibra de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV658_2	Asistencia a pasajeros, tripulaciones, aeronaves y mercancías en aeropuertos
NIVEL 3	
TMVo49_3	Planificación y control del área de carrocería
TMVo50_3	Planificación y control del área de electromecánica
TMV603_3	Organización y supervisión del mantenimiento de elementos estructurales y de recubrimiento de superficies de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV604_3	Organización y supervisión del mantenimiento del aparejo de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV605_3	Organización y supervisión del mantenimiento de los sistemas y equipos de embarcaciones deportivas y de recreo
TMV606_3	Tripulación de cabina de pasajeros

Fuente: Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.

A. FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

La oferta actual de títulos de FP en sus diferentes niveles relacionados con el sector de transporte son los siguientes:

Títulos de Formación Profesional Básica

- ▶ Título Básico Profesional en Mantenimiento de Vehículos

Títulos de Formación Profesional de Grado medio

- ▶ Técnico en Carrocería
- ▶ Técnico en Electromecánica de maquinaria
- ▶ Técnico en Electromecánica de Vehículos Automóviles

Títulos de Formación Profesional de Grado Superior

- ▶ Técnico Superior en Automoción
- ▶ Técnico Superior en Transporte y Logística.

Si consideramos la creciente transversalidad de la actividad logística dentro de la cadena de valor del sector de transporte, tal y como demanda el sector, y su interrelación con actividades encuadradas en la estructura de cualificaciones profesionales y de la oferta formativa en otras familias profesionales, como la familia de comercio, marketing y otras como la marítima habría que incluir las siguientes titulaciones.

- ▶ Técnico Superior en Comercio Internacional (LOGSE) Comercio y marketing.
- ▶ Técnico Superior en Comercio Internacional (LOE) Comercio y marketing.
- ▶ Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing (LOGSE) Comercio y marketing.
- ▶ Técnico Superior en Gestión del Transporte (LOGSE) Comercio y marketing.
- ▶ Técnico Superior en Transporte Marítimo y Pesca de Altura (LOE). Marítimo – Pesquera.
- ▶ Técnico Superior en Transporte y Logística (LOE) Comercio y marketing.

B. FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO

Las acciones formativas prioritarias según se recoge en el Catálogo de Especialidades Formativas del SCE para el sector de Transporte son las siguientes:

Tabla 113. Acciones formativas sector Transporte catálogo especialidades FPE.

ÁMBITO SECTORIAL	SECTOR	DENOMINACIÓN
Transporte	Transporte aéreo	SEGURIDAD EN VUELO COMUNICACIONES
Transporte	Transporte aéreo	PRIMEROS AUXILIOS EN MEDIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS
Transporte	Transporte aéreo	SEGURIDAD Y ERGONOMIA EN EL SECTOR DEL TRANSPORTE AÉREO
Transporte	Transporte aéreo	SEGURIDAD EN EL SECTOR AEROPORTUARIO
Transporte	Transporte aéreo	SEGURIDAD PARA PILOTOS DE HELICÓPTEROS
Transporte	Transporte aéreo	PREVENCION RIESGOS LABORALES BASICO EN EL SECTOR AÉREO
Transporte	Transporte aéreo	PREVENCION RIESGOS LABORALES BASICO EN EL SECTOR AÉREO
Transporte	Transporte aéreo	PREVENCION RIESGOS LABORALES BASICO EN EL SECTOR DE HELICOPTEROS
Transporte	Transporte aéreo	PREVENCION Y GESTION DE SITUACIONES ESTRESANTES EN EL SECTOR DE TRANSPORTE AÉREO
Transporte	Transporte aéreo	CONDUCCIÓN DE CARRETILLAS Y TRANSPALETES
Transporte	Transporte aéreo	PREPARACION OBTENCION DEL CARNE C CON CUALIFICACION INICIAL DE CONDUCTORES DE VEHICULOS.
Transporte	Transporte aéreo	CARNET DE CONDUCIR TIPO C
Transporte	Transporte aéreo	PREPARACION PARA LA OBTENCION DEL CARNE C+E
Transporte	Transporte aéreo	PREPARACION OBTENCION CARNE D CON CUALIFICACION INICIAL DE CONDUCTORES DE VEHICULOS.
Transporte	Transporte aéreo	PREPARACION PARA LA OBTENCION DEL CARNE D+E
Transporte	Transporte aéreo	RECICLAJE DE PILOTOS
Transporte	Transporte aéreo	CREW RESOURCE MANAGEMENT (GESTIÓN DE HABILIDADES NO TÉCNICAS)
Transporte	Transporte aéreo	CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO ACTIVIDAD AEROPORTUARIA
Transporte	Transporte de viajeros por carretera	SOCORRISMO Y PRIMEROS AUXILIOS
Transporte	Transporte de viajeros por carretera	SENSIBILIZACIÓN DE ACCIDENTES: PREVENCIÓN DE ACCIDENTES
Transporte	Transporte de viajeros por carretera	PREVENCIÓN DE RIESGOS DURANTE LA CONDUCCIÓN: CONDUCCIÓN DEFENSIVA Y EVASIVA

Transporte	Transporte de viajeros por carretera	AUTORIZACIÓN BTP
Transporte	Transporte de viajeros por carretera	OBTENCIÓN DEL CARNE DE CONDUCIR D+E
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	OPERADOR DE GRÚAS AUTOPROPULSADAS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CONTRATO DE TRANSPORTE
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL TRANSPORTE POR CARRETERA.
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	JEFE DE TRÁFICO
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	LEAN MANUFACTURING
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	LEGISLACIÓN Y NORMATIVA DEL TRANSPORTE
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	NUEVO CONTRATO DE TRANSPORTE.
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	RENOVACIÓN CONTRATOS LOGÍSTICOS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	TRANSPORTE INTERMODAL
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	EXPERTO EN GESTIÓN DE TRANSPORTE
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CONSEJERO DE SEGURIDAD
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CONSEJERO DE SEGURIDAD RENOVACIÓN
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CONTRATACIÓN EFICIENTE DEL TRANSPORTE
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	GESTIÓN DE DATOS TACÓGRAFO DIGITAL
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	NORMATIVA SOCIAL EN EL TRANSPORTE POR CARRETERA
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	OBTENCIÓN DEL PERMISO ADR
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	OBTENCIÓN DEL PERMISO ADR. ESPECIALIDAD CISTERNAS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	RENOVACIÓN DEL PERMISO ADR
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	RENOVACIÓN DEL PERMISO ADR. ESPECIALIDAD CISTERNAS

Transporte	Transportes de mercancías por carretera	TACÓGRAFO DIGITAL
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	LEGISLACIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL SECTOR TRANSPORTE: IMPLICACIONES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDAD PARA LA EMPRESA DE TRANSPORTES
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	TALLER PRÁCTICO DE LEGISLACIÓN AMBIENTAL EN EMPRESAS DE TRANSPORTES DE MERCANCÍAS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CÓMO PREVENIR LOS RIESGOS EN LA CONDUCCIÓN DE CARRETILLAS ELEVADORAS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CONDICIONES DE SEGURIDAD RELACIONADAS CON LOS RIESGOS QUÍMICOS Y ELÉCTRICOS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	CONDICIONES DE SEGURIDAD Y SEÑALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRABAJO
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	ESPECIALIDAD HIGIENE INDUSTRIAL Y ERGONOMÍA Y PSICOSOCIOLOGÍA
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	ESPECIALIDAD SEGURIDAD EN EL TRABAJO E HIGIENE INDUSTRIAL
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN LA LOGÍSTICA Y EL TRANSPORTE A DISTANCIA
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	TÉCNICAS ANALÍTICAS
Transporte	Transportes de mercancías por carretera	TÉCNICAS ESPECÍFICAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

Fuente: Servicio Canario de Empleo (SCE)

Como se puede observar, la oferta por parte de la SCE es extensa en lo que se refiere al sector de Transporte y logística.

C. FORMACIÓN UNIVERSITARIA

La realidad de la oferta de grados y máster universitarios relacionados con las actividades de transporte y logística en las universidades canarias es muy deficitaria y casi inexistente.

Tabla 114. Títulos de Grado y Máster. Transporte. Universidad de la Laguna.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
3071000	Licenciado en Náutica y Transporte Marítimo	Sólo Segundo Ciclo	Publicado en B.O.E.
2501899	Graduado o Graduada en Náutica y Transporte Marítimo por la Universidad de La Laguna	Grado	Publicado en B.O.E.

Fuente: SCE.

Tabla 115. Títulos de Grado y Máster. Transporte. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
5094000	Ingeniero Técnico de Obras Públicas, Especialidad en Transportes y Servicios Urbanos	Ciclo Corto	Publicado en B.O.E.
4314057	Máster Universitario en Economía del Turismo, del Transporte y del Medio Ambiente por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.

Fuente: SCE.

El Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), dependiente del Ministerio de Educación Cultura y Deporte del Gobierno de España refleja que, en la actualidad existen disponibles 11 titulaciones de grado directamente relacionadas con el sector de transporte lo que refleja las carencias e insuficiencias de la oferta formativa de grados universitarios relacionada con el sector a nivel nacional que tiene su correlato a nivel de Canarias.

6.1.3. Caracterización de la oferta de formación sector Hostelería y Turismo.

En primer lugar, se recoge la estructura de la oferta formativa del sector partiendo de las cualificaciones recogidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

Tabla 115. Cualificaciones del sector de Hostelería y Turismo Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales

NIVEL 1	
HOT091_1	Operaciones básicas de cocina
HOT092_1	Operaciones básicas de restaurante y bar
HOT222_1	Operaciones básicas de pisos en alojamientos
HOT325_1	Operaciones básicas de catering
HOT414_1	Operaciones básicas de pastelería
HOT540_1	Operaciones para el juego en establecimientos de bingo
NIVEL 2	
HOT093_2	Cocina
HOT223_2	Repostería
HOT326_2	Alojamiento rural
HOT327_2	SERVICIOS DE BAR Y CAFETERÍA
HOT328_2	SERVICIOS DE RESTAURANTE

HOT541_2	Actividades para el juego en mesas de casinos
HOT653_2	Guarda de refugios y albergues de montaña
HOT654_2	Atención a pasajeros en transporte ferroviario
HOT679_2	Servicios de restaurante, bar y cafetería
NIVEL 3	
HOT094_3	Recepción
HOT095_3	Venta de servicios y productos turísticos
HOT329_3	Animación turística
HOT330_3	Creación y gestión de viajes combinados y eventos
HOT331_3	DIRECCIÓN EN RESTAURACIÓN
HOT332_3	Dirección y producción en cocina
HOT333_3	Gestión de pisos y limpieza en alojamientos
HOT334_3	GESTIÓN DE PROCESOS DE SERVICIO EN RESTAURACIÓN
HOT335_3	Guía de turistas y visitantes
HOT336_3	Promoción turística local e información al visitante
HOT337_3	Sumillería
HOT542_3	Dirección y producción en pastelería
HOT680_3	Gestión de procesos en servicios de restauración

Fuente: Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.

A. FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

En cuanto a la FP reglada los títulos vigentes en Canarias son los siguientes según niveles: básico, medio y superior.

Títulos de Formación Profesional Básica

- ▶ Título Básico Profesional en Alojamiento y Lavandería.
- ▶ Título Básico Profesional en Cocina y Restauración.

Títulos de Formación Profesional de Grado medio

- ▶ Técnico en Cocina y Gastronomía
- ▶ Técnico en Servicios en Restauración

Títulos de Formación Profesional de Grado Superior

- ▶ Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos
- ▶ Técnico Superior en Dirección de Cocina

- ▶ Técnico Superior en Dirección de Servicios de Restauración
- ▶ Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos
- ▶ Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas

B. FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO

La siguiente tabla recoge las acciones formativas relacionadas con el sector de Hostelería y Turismo para impartir en la Formación para el Empleo en Canarias según el Catálogo de Especialidades del Servicio Canario de Empleo.

Tabla 116. Acciones formativas catálogo especialidades sector Hostelería y Turismo.

ÁMBITO SECTORIAL	SECTOR	DENOMINACIÓN
Hostelería y Turismo	Hostelería	GESTIÓN FISCAL Y LABORAL EN LAS EMPRESAS DE HOSTELERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	FRANCÉS BÁSICO EN HOSTELERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COMUNICACIÓN EN LENGUA CASTELLANA N2
Hostelería y Turismo	Hostelería	ALMACENAJE Y GESTIÓN DE STOCKS EN HOSTELERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	GESTIÓN CUANTITATIVA DEL RESTAURANTE
Hostelería y Turismo	Hostelería	ATENCIÓN EFICAZ DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN EL SECTOR HOSTELERO
Hostelería y Turismo	Hostelería	CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EMPRESAS DE HOSTELERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN LOS HOTELES
Hostelería y Turismo	Hostelería	ATENCIÓN INFANTIL EN COLECTIVIDADES
Hostelería y Turismo	Hostelería	EVENTOS Y PROTOCOLO EN RECEPCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	INNOVACIÓN EN RESTAURACIÓN
Hostelería y Turismo	Hostelería	INNOVACIÓN EN RESTAURACIÓN
Hostelería y Turismo	Hostelería	EL JAMÓN Y SU CORTE
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIO DE CATERING
Hostelería y Turismo	Hostelería	BEBIDAS Y TÉCNICAS ELEMENTALES DE COCINA
Hostelería y Turismo	Hostelería	CATA DE AGUAS MINERALES
Hostelería y Turismo	Hostelería	CONOCIMIENTO, CATA Y SERVICIO DEL CAFÉ.
Hostelería y Turismo	Hostelería	CONOCIMIENTO, CATA Y SERVICIO DEL ACEITE.
Hostelería y Turismo	Hostelería	CONOCIMIENTO CORTE, CATA Y SERVICIO DEL QUESO.
Hostelería y Turismo	Hostelería	CATERING
Hostelería y Turismo	Hostelería	MAITRE

Hostelería y Turismo	Hostelería	JEFATURA DE SALAS DE RESTAURACIÓN
Hostelería y Turismo	Hostelería	JEFE DE RANGO
Hostelería y Turismo	Hostelería	APROVISIONAMIENTO Y ALMACENAJE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL BAR
Hostelería y Turismo	Hostelería	PREPARACIÓN Y SERVICIO DE BEBIDAS Y COMIDAS RÁPIDAS EN EL BAR
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIO BÁSICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y TAREAS DE POSTSERVICIO EN EL RESTAURANTE
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIOS DE BAR Y CAFETERIA-GESTION DEL BAR-CAFETERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	USO DE LA DOTACIÓN BÁSICA DEL RESTAURANTE Y ASISTENCIA EN EL PRESERVICIO
Hostelería y Turismo	Hostelería	GESTIÓN DEL BAR-CAFETERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	CAMARERO DE BARRA -CAFETERÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	CAMARERO SERVICIO DE BAR
Hostelería y Turismo	Hostelería	JEFE DE BARRA
Hostelería y Turismo	Hostelería	PUESTA A PUNTO DE BARRA Y SALA
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIO EN RESTAURANTES BARES
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIOS DE BARRA EN ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS
Hostelería y Turismo	Hostelería	TÉCNICAS BÁSICAS DE SERVICIO Y PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	TÉCNICAS DE SERVICIO EN BARRA Y MESA.
Hostelería y Turismo	Hostelería	PREPARACIÓN DE APERITIVOS Y ELABORACIONES EN BARRA
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIO HOSTELERO EN SALAS DE JUEGO DE AZAR
Hostelería y Turismo	Hostelería	INICIACIÓN A LA CATA DE VINO
Hostelería y Turismo	Hostelería	CATA DE CERVEZAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	CONOCIMIENTO, CATA Y SERVICIO DE LA CERVEZA.
Hostelería y Turismo	Hostelería	EL VINO, SU CONSERVACIÓN Y CATA.
Hostelería y Turismo	Hostelería	ENOLOGÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	ENOLOGÍA
Hostelería y Turismo	Hostelería	ENOLOGÍA AVANZADA
Hostelería y Turismo	Hostelería	ENOLOGÍA PARA COCINEROS
Hostelería y Turismo	Hostelería	ENOLOGÍA VINOS AGUARDIENTES Y LICORES
Hostelería y Turismo	Hostelería	IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE VINOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL VINO
Hostelería y Turismo	Hostelería	PRESENTACIÓN DE VINOS Y BEBIDAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIO DE VINOS Y CAVAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	SERVICIO ESPECIALIZADO EN VINOS.

Hostelería y Turismo	Hostelería	SUMILLER I, II Y III
Hostelería y Turismo	Hostelería	LOS VINOS EN LA RESTAURACIÓN
Hostelería y Turismo	Hostelería	PRESENTACIÓN DE BUFETES
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCTELERÍA Y SUS RECETAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS EN COCINA
Hostelería y Turismo	Hostelería	APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS EN COCINA
Hostelería y Turismo	Hostelería	AYUDANTE DE COCINA I
Hostelería y Turismo	Hostelería	AYUDANTE DE COCINA II
Hostelería y Turismo	Hostelería	ELABORACIÓN DE PLATOS COMBINADOS Y APERITIVOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	PREELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN CULINARIAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	CARNES: CALIDAD Y SELECCIÓN EN LA COCINA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA ASIÁTICA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA PARA CELIACOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA PARA CELIACOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA REGIONAL ARAGONESA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA SANA
Hostelería y Turismo	Hostelería	LA COCINA ANDALUZA
Hostelería y Turismo	Hostelería	LA TAPA: NUEVAS TENDENCIAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	PREPARACIÓN DE APERITIVOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	PREPARACIÓN DE HUEVOS, ARROCES, PASTAS Y VERDURAS
Hostelería y Turismo	Hostelería	PREPARACIÓN DE SALSAS, PESCADOS Y MARISCOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	ALERGIAS E INTOLERANCIAS ALIMENTARIAS EN LA RESTAURACIÓN.
Hostelería y Turismo	Hostelería	APROVISIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DEL OFFICE EN ALOJAMIENTOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	CERTIFICADO MANIPULADOR ALIMENTOS MAYOR RIESGO.
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA ANDALUSÍ
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA COLECTIVA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA CREATIVA Y DE AUTOR
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA EN GENERAL
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA MEDITERRÁNEA
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA RÁPIDA Y ELABORACIÓN DE PRECOCINADOS
Hostelería y Turismo	Hostelería	COCINA REGIONAL ANDALUZA

Fuente: Servicio Canario de Empleo (SCE).

Nuevamente observamos la amplísima oferta de la SCE en cuanto a certificados de profesionalidad, cada vez más valorados por las empresas.

C. FORMACIÓN UNIVERSITARIA

A continuación, se presentan datos de caracterización de la oferta de estudios universitarios relacionados con el sector turístico y otros datos relativos a egresados de estos estudios en el sector que publica la Consejería de Educación.

Tabla 117. Títulos de Grado y Máster. Hostelería y Turismo. Universidad de la Laguna.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
4027000	Diplomado en Turismo	Ciclo Corto	Publicado en B.O.E.
5601063	Programa de Doctorado en Derecho, Sociedad y Turismo por la Universidad de La Laguna	Doctor - RD 99/2011 (0)	Publicado en B.O.E.
5311904	Programa Oficial de Doctorado en Turismo	Doctor - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.
2500987	Graduado o Graduada en Turismo por la Universidad de La Laguna	Grado	Publicado en B.O.E.
3001642	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	Máster - RD 56/2005 (2)	Autorizado por Comunidad
4311403	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.
4314036	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de La Laguna	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.

Fuente: SCE.

Tabla 118. Egresados en el 2018 de la Universidad de la Laguna. Hostelería y Turismo.

EGRESOS EN UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA SEGÚN TITULACIONES DE GRADO Y LUGARES DE RESIDENCIA POR SEXOS. CURSOS DE EGRESO Y PERIODOS.			
UNIDAD DE MEDIDA: PERSONAS	AMBOS SEXOS	HOMBRE	MUJER
--Grado en Turismo (Adeje)			
Año 2018 / 2018 Primer trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	111	34	77
-Canarias	111	34	77
-Resto del mundo	0	0	0

Año 2018 / 2018 Segundo trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	111	34	77
-Canarias	111	34	77
-Resto del mundo	0	0	0
Año 2018 / 2018 Tercer trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	111	34	77
-Canarias	111	34	77
-Resto del mundo	0	0	0
Año 2018 / 2018 Cuarto trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	111	34	77
-Canarias	111	34	77
-Resto del mundo	0	0	0
--Grado en Náutica y Transporte Marítimo			
Año 2018 / 2018 Primer trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	57	36	21
-Canarias	56	36	20
-Resto del mundo	1	0	1
Año 2018 / 2018 Segundo trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	57	36	21
-Canarias	56	36	20
-Resto del mundo	1	0	1
Año 2018 / 2018 Tercer trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	57	36	21
-Canarias	56	36	20
-Resto del mundo	1	0	1
Año 2018 / 2018 Cuarto trimestre			
TOTAL, LUGARES DE RESIDENCIA	57	36	21
-Canarias	56	36	20
-Resto del mundo	1	0	1

Fuente: SCE.

Tabla 119. Egresados del Máster universitario en Dirección y Planificación del Turismo. Universidad de La Laguna.

EGRESOS EN UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA SEGÚN TITULACIONES DE MÁSTER POR SEXOS. CURSOS DE EGRESO.			
UNIDAD DE MEDIDA: PERSONAS			
	AMBOS SEXOS	HOMBRE	MUJER
Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo			
2015/16	14	5	9
2016/17	8	2	6
2017/18	13	7	6

Fuente: SCE.

Tabla 120. Títulos de Grado y Máster. Hostelería y Turismo. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
4027000	Diplomado en Turismo	Ciclo Corto	Publicado en B.O.E.
5600835	Programa de Doctorado en Turismo, Economía y Gestión por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Doctor - RD 99/2011 (0)	Publicado en B.O.E.
5310457	Programa Oficial de Doctorado en Perspectivas Científicas sobre el Turismo y la Dirección de Empresas Turísticas	Doctor - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.
2501920	Graduado o Graduada en Turismo por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Grado	Publicado en B.O.E.
3001860	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	Máster - RD 56/2005 (2)	Autorizado por Comunidad
4310169	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.
4314057	Máster Universitario en Economía del Turismo, del Transporte y del Medio Ambiente por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.

Fuente: SCE.

Tabla 121. Egresados del Grado de Turismo en el periodo 2015-2018. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

EGRESOS EN UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN TITULACIONES DE GRADO POR SEXOS. CURSOS DE EGRESO.			
UNIDAD DE MEDIDA: PERSONAS			
	AMBOS SEXOS	HOMBRE	MUJER
--Grado en Turismo			
2015/16	92	29	63
2016/17	109	25	84
2017/18	120	31	89

Fuente: SCE.

Tabla 125. Egresados de los másteres universitarios del sector Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

EGRESOS EN UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN TITULACIONES DE MÁSTER POR SEXOS. CURSOS DE EGRESO.			
UNIDAD DE MEDIDA: PERSONAS			
	AMBOS SEXOS	HOMBRE	MUJER
--Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo			
2015/16	8	4	4
2016/17	.	.	.
2017/18	.	.	.
--Máster Universitario en Economía del Turismo, del Transporte y del Medio Ambiente			
2015/16	10	9	1
2016/17	1	1	0
2017/18	8	3	5

Fuente: SCE.

Tabla 126. Títulos de Grado y Máster. Hostelería y Turismo. Universidad Europea de Canarias.

CÓDIGO	TÍTULO	NIVEL ACADÉMICO	ESTADO
2502786	Graduado o Graduada en Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio por la Universidad Europea de Canarias	Grado	Publicado en B.O.E.
4316828	Máster Universitario en Dirección y Gestión Hotelera por la Universidad Europea de Canarias	Máster - RD 1393/2007 (1)	Publicado en B.O.E.

Fuente: SCE.

En este apartado del estudio se aborda un análisis específico de la situación actual y prospectiva de la formación en los sectores tradicionales de la economía canaria desde dos perspectivas; por una parte desde el lado de la oferta para obtener una radiografía de caracterización de la oferta formativa dirigida a los sectores tradicionales en Canarias y, por otra parte, desde el lado de la demanda de necesidades de formación de las empresas de los sectores tradicionales, con el fin de recabar información que permita obtener una prospectiva de la adecuación de la oferta formativa a las necesidades de desarrollo de competencias y elaborar las recomendaciones y propuestas de mejora en materia de planificación y programación de la oferta formativa en los diferentes niveles educativos y en particular en la Formación Profesional para el Empleo.

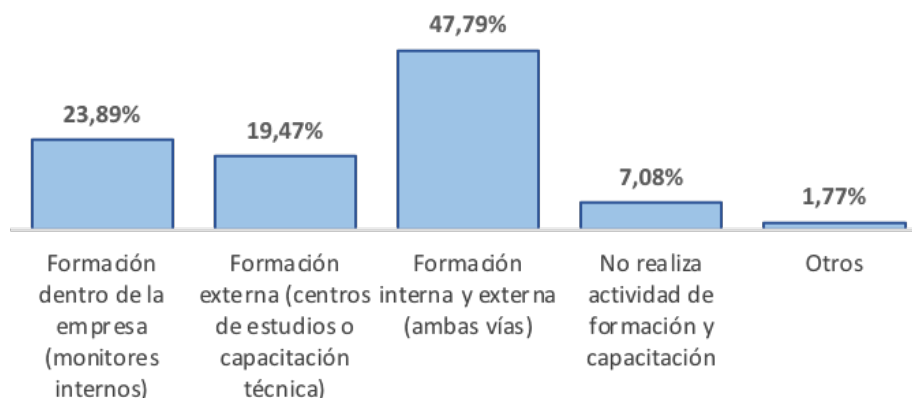
6.2. Valoración de los procesos de formación

6.2.1. Caracterización y valoración de los procesos y oferta de formación. Visión empresarial.

Resulta de interés conocer cómo se están realizando los procesos de formación en las empresas de los sectores tradicionales en Canarias. En este sentido los resultados obtenidos en esta pregunta en la encuesta a las empresas de los tres sectores tradicionales indican una **radiografía del modelo formativo tipo más utilizado por las empresas en la que destaca dos tendencias:**

- ▶ Por una parte, **la consolidación de una cultura de formación en las empresas canarias, incluidas las Pymes que realizan actividades de formación de manera mayoritaria**, ya que apenas el 7% de las empresas encuestadas de los 3 sectores tradicionales no realiza actividad de formación y capacitación del personal, lo que supone que más del 90% si realiza formación para la actualización y mejora de las competencias de la plantilla.
- ▶ Por otra parte, **predomina el modelo mixto de desarrollo de los procesos de formación en las empresas** en un porcentaje superior al 47% de las empresas mediante la formación interna y la formación externa (a través de ofertas de entidades y centros que desarrollan programas de la Formación para el Empleo o de otro tipo de ofertas).

Gráfico 107. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa canaria.

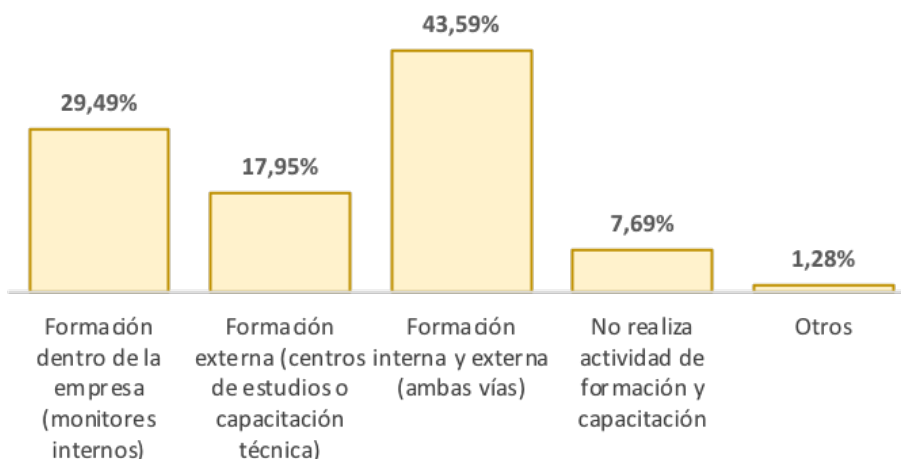


Fuente: Elaboración propia.

Si observamos los resultados por sectores se mantienen las tendencias apuntadas con mínimas diferencias.

En las empresas del sector de comercio la formación dentro de la empresa tiene un peso algo superior a la media de los sectores tradicionales (casi el 30%).

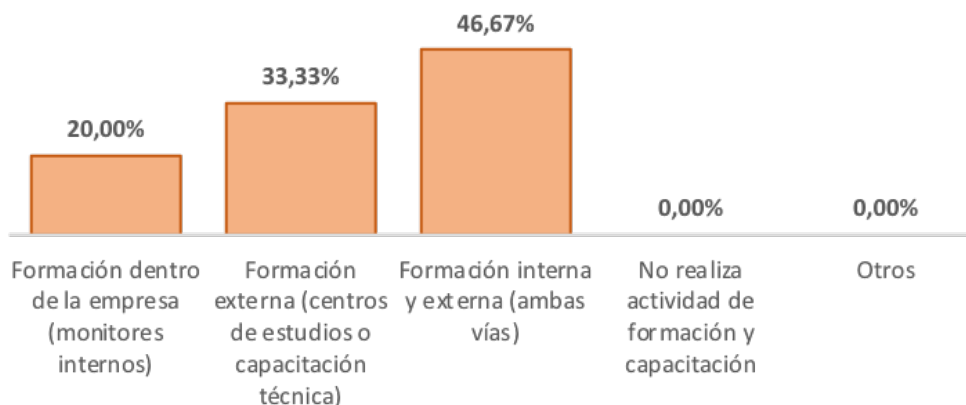
Gráfico 108. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa. Comercio.



Fuente: Elaboración propia.

Las empresas del sector de transporte muestran un mayor uso de la formación externa por parte de centros de formación y capacitación técnica en más de un 33% de los casos.

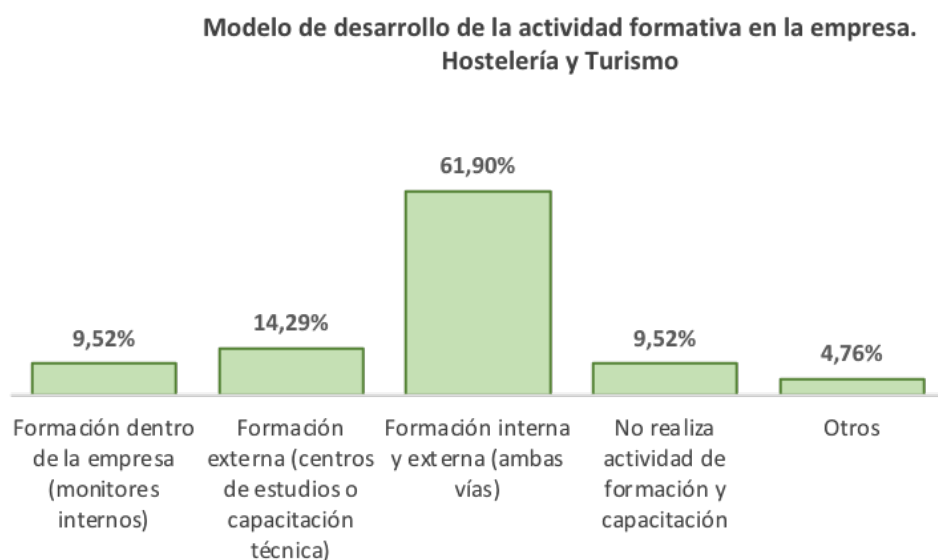
Gráfico 109. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa. Transporte.



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en el caso del sector de Hostelería y Turismo el modelo mixto de formación interna y externa tiene un peso más significativo llegando al 62% de las empresas encuestadas.

Gráfico 110. Modelo de desarrollo de la actividad formativa en la empresa. Hostelería y Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

En la investigación cualitativa se ha profundizado en las ideas y argumentos que explican la idoneidad de utilizar de manera preferente un modelo mixto de combinación de formación interna y externa, en cuanto a complementar la utilidad de la formación externa relacionada con planes sectoriales de oferta de la FPE para la formación de perfiles de base que pueden requerir determinadas homologaciones, así como para formaciones de carácter más generalistas en determinadas competencias clave de tipo técnico pero, sobre todo, en habilidades (venta, atención al cliente, idiomas, etc.), con la formación interna diseñada por la empresa atendiendo a las necesidades específicas de los puestos y de los valores de la empresa que requieren, por lo general, formaciones propias que no se pueden cubrir con la oferta sectorial.

En las entrevistas realizadas también se ha puesto de relieve que en el marco del sistema de Formación para el Empleo destaca **la utilización de la formación programada en el marco del sistema de bonificaciones a la SS** que evidencia una tendencia de crecimiento significativo el uso del sistema de formación programada que está pensada para atender las necesidades específicas de las empresas, frente a una utilización cada vez menor de los **planes de oferta sectoriales**, que ha experimentado una reducción muy notable en los últimos años debido a los cambios introducidos en el sistema. Así según datos de FUNDAE por cuarto año consecutivo, en 2016 disminuyó el porcentaje de empresas que decide impartir formación a una parte o a todos sus empleados. En concreto en el año 2016 367.770 empresas dieron formación a sus asalariados, un 16,3% menos que en 2015.

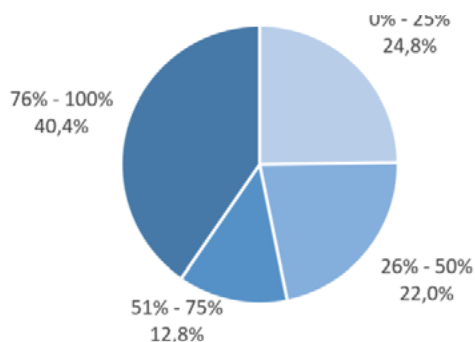
En el 2018 se han formado un total de 104.897 participantes, que supone una caída del 20% casi la totalidad de estos corresponden a la convocatoria de planes de formación 2016, el resto (0,3%) a las convocatorias de planes 2012 y 2013. (FUNDAE: noviembre 2019 Formación de Oferta Estatal dirigida prioritariamente a las personas ocupados. Año de ejecución 2018. Avance resultados Unidad de Estadística y Gestión de la Información).

Entre las causas de este uso limitado y decreciente de la FPE desde la perspectiva empresarial se argumenta:

- ▶ Cierta **alejamiento de los centros de formación respecto a las empresas**, no hay una comunicación fluida con las empresas lo que incide en la falta de respuesta adecuada a las necesidades de las empresas. No hay una comunicación ni colaboración adecuada entre la administración, los centros de formación y las empresas y el gap va en aumento.
- ▶ El **déficit de ajuste de la oferta de certificados de profesionalidad y el catálogo de especialidades del Servicio Canario de Empleo a los requerimientos de las empresas** debido a la falta de actualización de contenidos y especialidades.
- ▶ **Las empresas de los sectores tradicionales, por lo general, no valoran los certificados de profesionalidad**, no consideran que sea un estándar de cualificación relevante por los problemas que estamos apuntando de obsolescencia de los perfiles y formación asociada.
- ▶ Diseño y **desarrollo de la formación para el empleo en base a las necesidades de la oferta de los centros de formación** y/o en base a las necesidades sectoriales desfasadas en la mayoría de los casos, con lo cual oferta de formación no resulta adecuada.
- ▶ **Escasez de recursos en cuanto a instalaciones adecuadas y docentes cualificados** en consonancia con los rápidos cambios en las competencias que requieren los puestos etc.; Esta situación deficitaria en opinión de las empresas y otros actores de los sectores tradicionales conlleva que en la realidad del trabajo no se llega con la cualificación adecuada, las personas se desmotivan porque no se ven preparadas y las empresas incrementan su desconfianza en la formación para el empleo.
 - Porcentaje de sus trabajadores/as han participado en procesos de formación organizados por la empresa en los últimos 3 años.

El nivel de implantación de las actividades de formación y capacitación que muestran las empresas de los sectores tradicionales es elevado, lo que es coherente con los resultados obtenidos en la encuesta en la pregunta anterior, ya que las empresas declaran que más del 40% de las empresas han formado en los últimos 3 años la mayoría de la plantilla (entre el 76% y el 100% de la plantilla) y el 13% ha formado a la plantilla en un porcentaje entre el 51% y el 75% de los trabajadores, lo que nos habla de la importancia que las empresas de los sectores tradicionales de Canarias atribuyen a la formación y actualización profesional del personal como factor clave de la competitividad y calidad de servicio en el marco de las estrategias empresariales.

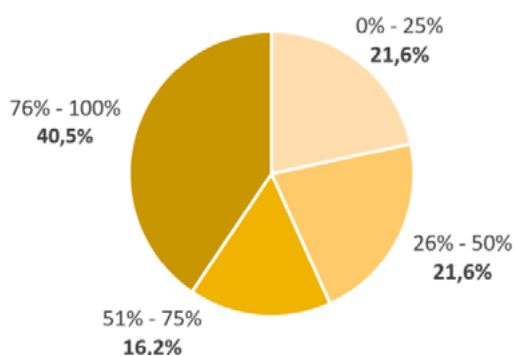
Gráfico 111. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en últimos 3 años. Canarias.



Fuente: Elaboración propia.

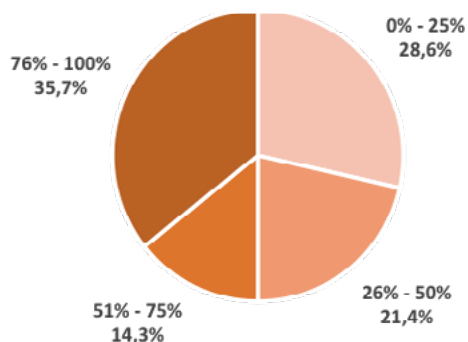
Estos porcentajes se mantienen sin apenas variaciones entre los sectores tradicionales de Comercio, Transporte y Almacenamiento y Hostelería y Turismo.

Gráfico 112. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en últimos 3 años. Comercio.



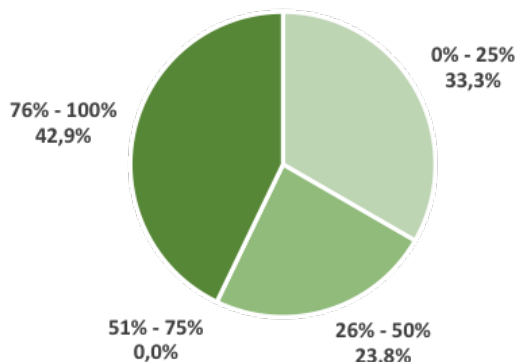
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 113. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en últimos 3 años. Transporte y Almacenamiento.



Fuente: Elaboración propia.

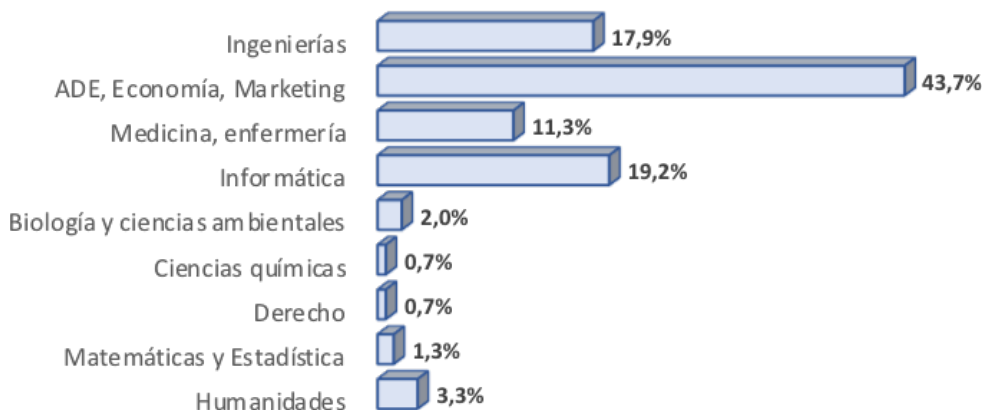
Gráfico 114. Porcentaje de trabajadores participantes en procesos de formación en la empresa en los últimos 3 años. Hostelería y Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

► **Titulaciones universitarias más demandadas**

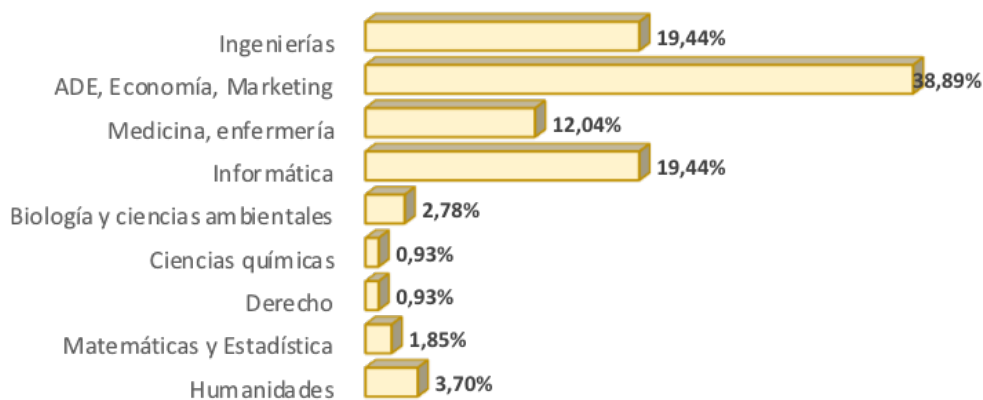
Gráfico 115. Titulaciones universitarias más demandadas. Canarias.



Fuente: Elaboración propia.

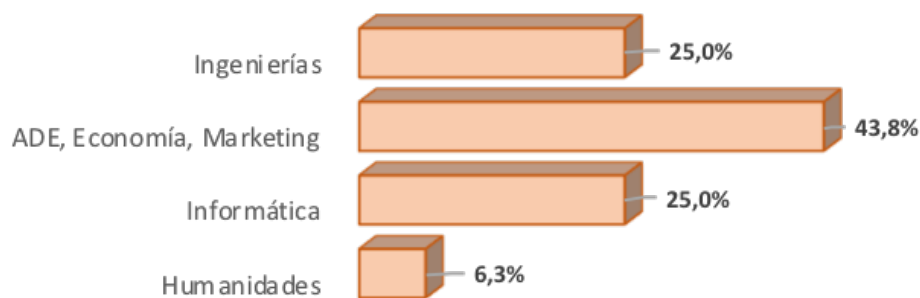
En cuanto al perfil de las titulaciones con mayor demanda para la cobertura de puestos se sitúa, en primer lugar, los grados de ADE, Economía y Marketing con un 43,7% de las empresas encuestadas, lo que es coherente con los perfiles de mandos y personal de dirección de las empresas de sector de Comercio, Hostelería y Turismo y, en menor medida, de Transporte y Almacenamiento. En segundo lugar, destaca la importancia creciente de las carreras STEM, de informática para la cobertura de los perfiles digitales. En tercer lugar, se sitúan los estudios de ingenierías para los puestos de dirección como técnicos en áreas de logística, calidad, etc.

Gráfico 116. Titulaciones universitarias más demandadas. Comercio.



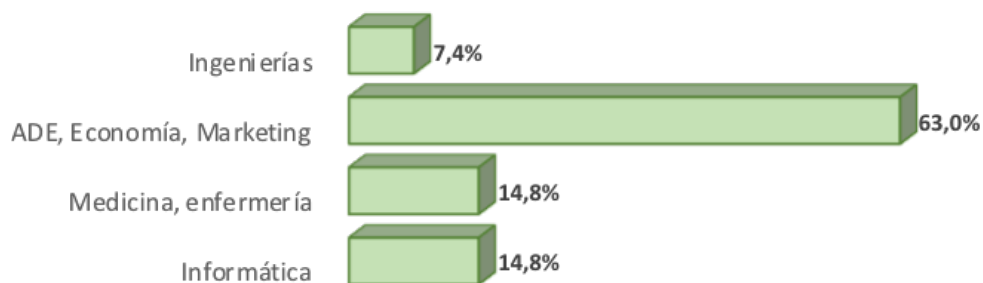
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 117. Titulaciones universitarias más demandadas. Transporte.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 118. Titulaciones universitarias más demandadas. Hostelería y Turismo.

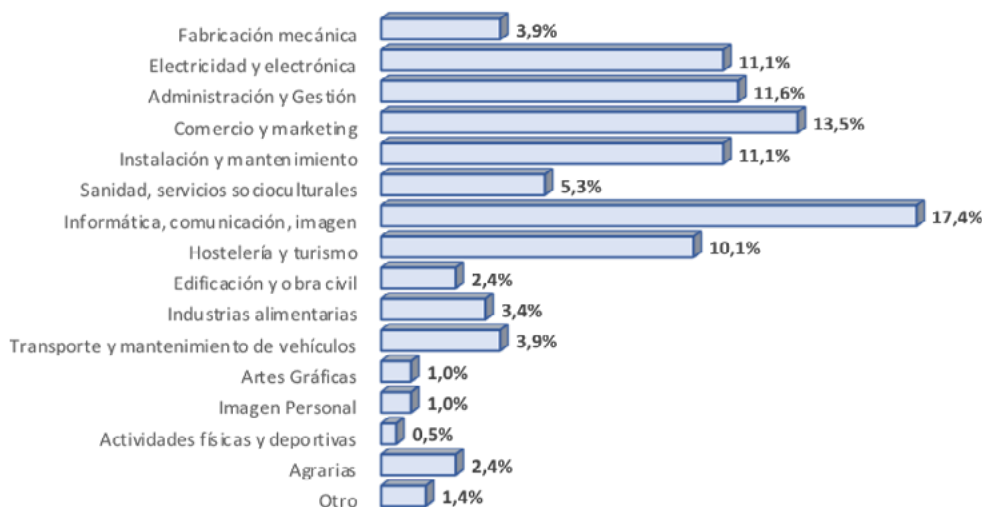


Fuente: Elaboración propia.

► **Ramas que más demandan de los títulos de FP**

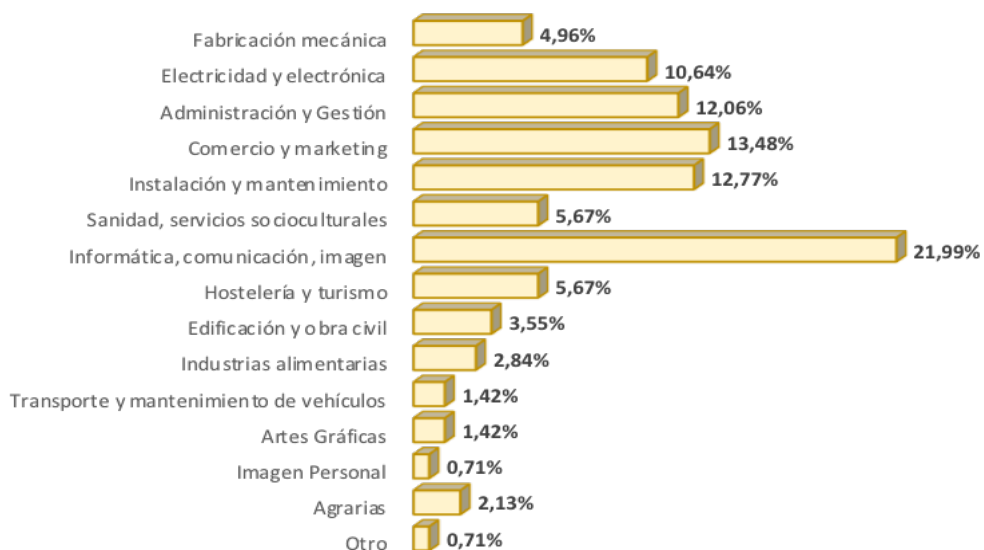
En cuanto a las titulaciones de FP con mayor demanda por parte de las empresas de los sectores tradicionales se aprecia una cierta diversidad de titulaciones valoradas entre las que destacan las **de títulos de ramas de informática y comunicación, comercio y marketing, administración y Hostelería y Turismo** a los que **siguen las áreas de electricidad y electrónica e instalación y mantenimiento.**

Gráfico 119. Ramas de FP más demandadas. Canarias.



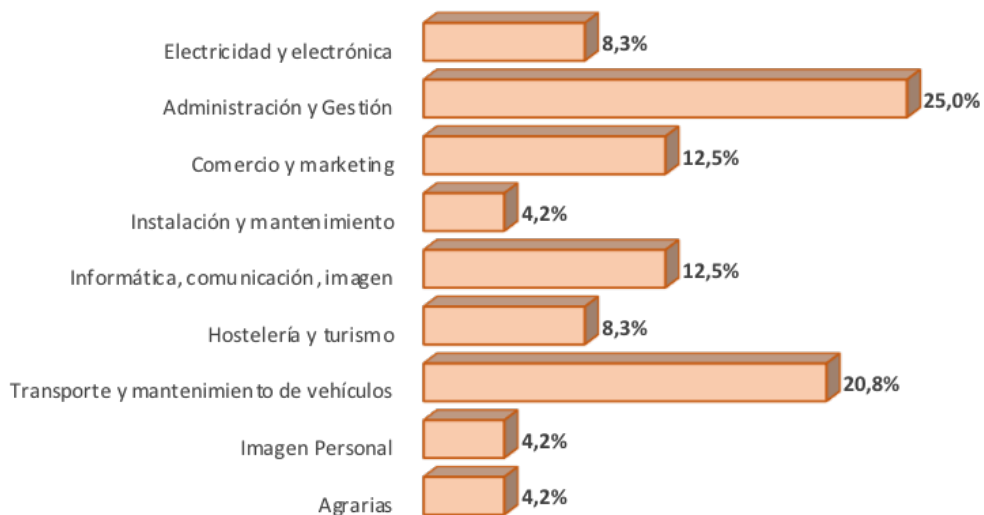
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 120. Ramas de FP más demandadas. Comercio.



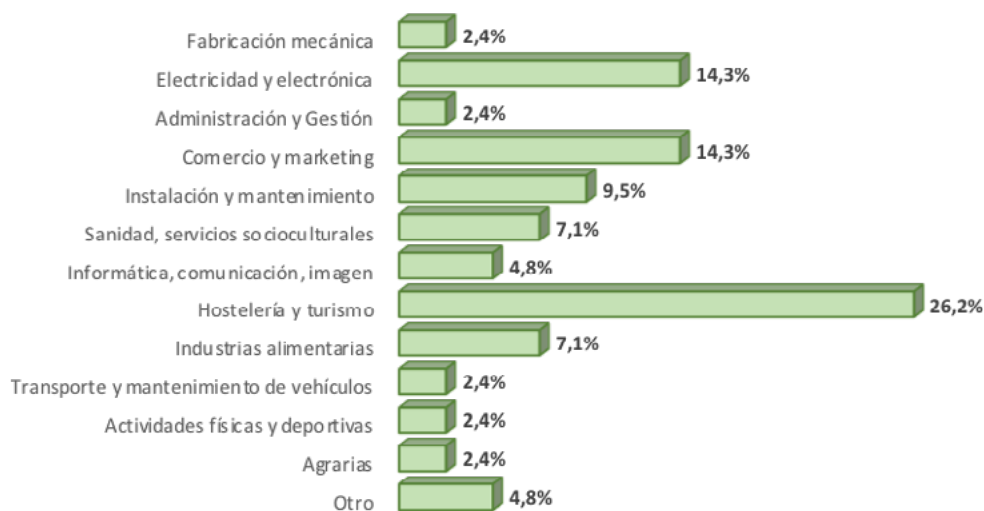
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 121. Ramas de FP más demandadas. Transporte.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 122. Ramas de FP más demandadas. Hostelería y Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

En el sector de Hostelería y Turismo como es lógico se demanda en mayor medida, las titulaciones de la rama de Hostelería y turismo, seguidas de electricidad y electrónica para los trabajos de oficios en el sector de Alojamiento y de Comercio y Marketing para las actividades comerciales, marketing y de atención al cliente del sector turístico.

6.2.2. Valoración de la oferta formativa

A. VALORACIÓN GENERAL DE LOS SECTORES TRADICIONALES

A través de las entrevistas realizadas se ha obtenido la opinión de las empresas y otros agentes sobre la valoración de los programas de formación que se desarrollan en los sectores tradicionales.

En este sentido, podemos decir que a nivel global la valoración de la oferta formativa realizada por las empresas se sitúa en una media moderadamente positiva, adecuada en los siguientes aspectos: calidad de la oferta, calidad de medios pedagógicos y didácticos, así como el precio de la formación en las diferentes ofertas.

Sin embargo, parece que la valoración es menos positiva en otros aspectos relevantes que inciden en la calidad pero sobre todo en la pertinencia y actualización de la oferta, como son: el nivel de accesibilidad y visibilidad de la oferta formativa, el diseño adecuado a las necesidades específicas de las empresas, agilidad en la actualización de la oferta de cursos, especialidades, la cobertura de las necesidades y nivel de especialización, equilibrio entre la oferta para los distintos puestos del sector, el equilibrio en la distribución de la oferta entre las diferentes áreas y perfiles, así como en la valoración del precio.

En este sentido, las empresas y otros agentes consultados (empresas, organizaciones empresariales, expertos, etc.) han incidido en aspectos deficientes o en los que se debe mejorar por parte de la oferta formativa:

- ▶ Nivel de conocimiento y accesibilidad de la oferta por parte de las empresas.
- ▶ En los aspectos específicos valoraron como nada o poco adecuados principalmente la flexibilidad o capacidad de adaptación y actualización.
- ▶ La innovación y actualización de contenidos de la oferta (en el diseño, metodología didáctica, formación on line).
- ▶ El nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector.
- ▶ Equilibrio en la distribución de la oferta en todas las áreas de actividad y puestos.

Se ha destacado la necesidad de **mejorar conocimiento y accesibilidad de la oferta, así como la comunicación y colaboración de las administraciones competentes, centros de formación y las empresas** para desarrollar procesos de actualización periódica de las necesidades de formación de acuerdo a los rápidos cambios productivos, tecnológicos como consecuencia de la digitalización y de mercado que inciden en los requerimientos de competencias técnicas y transversales de los puestos.

B. VALORACIÓN OFERTA FORMATIVA SECTOR COMERCIO

La valoración que han realizado las empresas y agentes del sector de comercio consultados de la situación de la oferta formativa responde a los siguientes parámetros:

Carácter muy teórico y falta de acreditación de la oferta.

“Vemos muchos cursos del INEM que son teórico-presenciales en técnicas de venta, atención al cliente, etc. que no obtienen unas competencias específicas, técnicas, herramientas, habilidades, pautas de valor real... deberían ser cursos mucho más prácticos y acreditados de manera que ofrezcan un valor de capacidad y desempeño real de cada candidato. Hay que formar a la gente desde la realidad de la empresa, no en un aula teórico-práctica”.

Empresa sector comercio

Falta de actualización de la oferta formativa para da respuesta a los cambios en los perfiles profesionales, en particular, falta de adaptación de los planes de la FPE de oferta a las necesidades cambiantes de las empresas y los perfiles profesionales.

“Todo lo que tiene que ver con las demandas derivadas de la digitalización no se está llevando a la oferta formativa del sector”.

Empresa sector comercio

“No siempre se adapta la formación de los planes de oferta sectoriales a las necesidades concretas de la empresa en las diferentes actividades y perfiles ya que son acciones formativas más o menos estándar a nivel sectorial... pero al final es normal toca todas las áreas del sector, pero si utilizamos acciones formativas de tipo más genérico o transversal en las que participamos con otras empresas o bien solicitamos que se realicen en un grupo cerrado para nuestra organización”.

Empresa sector

Necesidad de mejorar los recursos, infraestructuras y metodología de la formación que se dirige al sector.

“La oferta formativa a nivel de las denominaciones pueden ser buena y resultar atractivas, pero no a nivel metodológico no está adaptada a la realidad del mercado, muchos cursos se imparten de manera on line y cuando se pide la opinión a los trabajadores que han participado su feedback no es positivo...entienden que es una formación muy estándar, muy básica, no tiene mucho valor... por eso lo que hacemos es personalizar la formación para nuestro equipo.

Se valoraría mucho la formación presencial, en la empresa y mediante técnicas de observación y corrección de comportamientos, desarrollo de habilidades, etc.”

Empresa sector comercio

Utilización en mayor medida de la Formación programada en las modalidades de FPE.

“En la empresa sí que utilizamos la inversión en formación bonificada para financiar parte del plan de formación que tenemos diseñado de manera estable para el personal, pero cuando se agota la bonificación continuamos desarrollando el plan íntegramente, realizamos seguimiento”.

Empresa sector comercio

Mejorar el desarrollo de la Formación Dual

La FP dual se presenta como un formato de capacitación y cualificación que se configura en opinión de las empresas y los actores sectoriales como una buena solución para el problema del desempleo, porque permite una mejor adecuación entre la oferta y la demanda empresarial y porque responde de manera eficaz al logro de la inserción de los jóvenes en el mercado de trabajo, al ofrecerles a la vez una cualificación profesional y una experiencia laboral.

En este sentido, la formación dual es una modalidad, ya contrastada en otros países, de oferta académica y formativa localizada fundamentalmente dentro del ámbito de la formación profesional. Se caracteriza por la alternancia combinada de los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de formación. Permite al alumno tener un contacto real con el trabajo, obteniendo experiencia y competitividad profesional y una mayor integración entre teoría y práctica, al no ser el centro docente la única fuente de conocimiento, y transformando el aprendizaje en un modelo dinámico y versátil. Así el aprendiz recibe orientaciones del tutor académico y del instructor de la empresa asociada, con la finalidad de efectuar labores prácticas en las que aplicar de forma directa los conocimientos teóricos adquiridos, a su vez, en el centro educativo.

“La Formación Profesional Dual se implantó en España a partir del año 2012. En Canarias, sin embargo, apenas se ha explotado esta figura. Por ello, se hace fundamental instar al Servicio Canario de Empleo para que ofrezca incentivos económicos para el empleador mientras dure el proceso formativo. Las futuras actuaciones deben ir encaminadas a las siguientes:

- Fomentar el cambio de la percepción negativa de la FP entre padres y alumnos.*
- Medidas de impulso a la formación profesional dual en el sector comercial.*
- Adaptar la FP a las necesidades del sector comercial en Canarias.”*

Representante de la administración

“Para las empresas del sector que necesitan incorporar personas con una cualificación lo más práctica y apegada a la realidad de las empresas la formación dual creemos que puede ser la solución”.

Empresa sector comercio

Necesidades formativas no cubiertas por la oferta formativa actual.

“Las necesidades formativas en orden decreciente según áreas actualmente serían las siguientes: atención al público, tecnologías de la información, lenguas extranjeras, administrativas de oficina, resolución de problemas, trabajo en equipo, competencias técnico-prácticas y de puestos de trabajo, así como dirección y planificación”.

Empresa sector comercio

Se plantea la necesidad de impulsar de manera decidida un cambio de modelo en los procesos formativos con una mayor implementación de modelos mixtos y on line.

“Teniendo en cuenta los horarios comerciales y la dispersión de las empresas y sobre todo que en el pequeño comercio, la media puede ser de dos trabajadores, lo que dificulta mucho la actividad de formación sería necesario potenciar la formación on line sobre todos para competencias de atención al cliente, técnicas de venta, etc. ... pero eso si la oferta de este tipo de formación on line tiene que mejorar en la adecuación a las necesidades del sector y de cada tipo de actividad comercial, así como en los recursos y metodologías porque en general la calidad es muy estándar”.

Empresa sector comercio

C. VALORACIÓN OFERTA FORMATIVA SECTOR DE TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Las empresas y agentes del sector de transporte han planteado de manera concreta algunas ideas acerca de lo que se considera que son debilidades y deficiencias de la oferta formativa del sector de transporte y almacenamiento, que inciden en un insuficiente desarrollo de procesos de cualificación de base y en diferentes niveles de los profesionales del sector:

- ▶ **Las cualificaciones profesionales del Sistema Nacional de Cualificaciones español relacionadas con el transporte en cualquiera de sus modos están muy dispersas y repartidas entre diferentes familias profesionales** (familia de transporte, familia de comercio y marketing que recoge las actividades de comercio electrónico y logística, etc.) de modo que no existe una estructura de la oferta formativa acorde a las necesidades específicas para el sector.
- ▶ **En la parte de la Formación para el Empleo los Certificados de Profesionalidad carecen del reconocimiento por parte de las empresas**, en algunas ocasiones por desconocimiento y en otras por falta de confianza en su validez y en su calidad. Una mayor implicación de las empresas en el sistema favorecería el intercambio de información entre empresas y centros de formación acreditados para el diseño de los programas, contenidos formativos, etc. en Transporte y Almacenamiento.
- ▶ **El sector del Transporte y Almacenamiento requiere profesionales bien formados y lo más cerca posible de la realidad empresarial. La Formación Profesional DUAL es el mejor modelo para conseguir esto.** Sin duda, la puesta en marcha de ciclos de Formación Profesional DUAL ayudaría a mejorar la competitividad del sector del Transporte en Canarias.
- ▶ **Insuficiente oferta y desarrollo de Formación Profesional dirigida a la capacitación del sector de transporte** en los tres niveles, Básico, Medio y Superior, buscando una mayor especialización y profesionalización del sector.
- ▶ **Respecto a la Formación Superior Universitaria la oferta formativa de Grados Universitarios en el sector de la Logística y el Transporte es muy baja por no decir inexistente** en Canarias. Por otra parte, la presencia de asignaturas relacionadas con la Transporte y Almacenamiento en grados de Ingeniería y ADE es escasa y marginal.
- ▶ **En el sector existe una estructura importante y compleja de formaciones habilitantes para el desarrollo de la actividad** en los diferentes modos de transporte (como el CAP, transporte de mercancías peligrosas, ADR, etc.) que está inspirado en normativa comu-

nitaria que juega un papel determinante a la hora de evaluar los sistemas educativos y formativos.

D. VALORACIÓN OFERTA FORMATIVA DEL SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

En relación con el sector de Hostelería y Turismo las empresas y otros agentes consultados (empresas, organizaciones empresariales, centros de formación, etc.) han incidido en aspectos deficientes o en los que se debe mejorar por parte de la oferta formativa:

Se valora positivamente la calidad de los programas de educación a nivel superior y de FP relacionados con el sector de Hostelería y Turismo, si bien se critica el enfoque excesivamente teórico de los programas.

Indican que en las instituciones de educación superior, ya sea Universidades como Escuelas de FP superior, la utilidad que ofrecen en los programas es bastante adecuada y útil, si bien el enfoque es excesivamente teórico en la formación tanto universitaria, FP y FPE.

“La formación para algunos puestos no es la más adecuada, muy teórica carece de un enfoque practico... La formación en PRL, equipos de inspección etc. está bien y cumple, pero para la formación técnica y en habilidades clave para la operativa del negocio no sirve porque es excesivamente teórica y no trabaja las competencias en acción”.

Empresa sector turismo

La valoración es más negativa cuando se alude a la Formación para el Empleo en los programas de oferta

Entre los aspectos negativos observan: oferta excesivamente académica; los cursos no están adaptados ni son de fácil acceso; las empresas deben cubrir directamente la necesidad de formación, sobre todo en servicio al cliente. Indican que ofrecen mucha teoría, poca práctica y están desactualizados. No se ofrecen programas de formación que desarrollen competencias suficientes para tener un buen desempeño en los puestos requeridos por el sector que está sometido a rápidos cambios en los procesos y productos por lo que este tipo de formación está desfasada respecto a la dinámica del mercado.

En los aspectos específicos valoraron como nada o poco adecuados principalmente la flexibilidad o capacidad de adaptación y actualización.

“En nuestro caso, lo que vemos de la oferta de formación es que hay un desajuste entre lo que se ofrece y las necesidades de las empresas, finalmente avanzan más rápido las necesidades o requerimientos de las empresas respecto a los contenidos de la oferta lo que hace que estén desfasadas... la actualización tiene que ser más ágil. Entonces el diagnóstico es titulaciones desactualizadas, recursos escasos para el tipo de formación que necesitamos lo que hace que la formación no es la adecuada y se produce un descuadre importante y finalmente desajuste entre los perfiles que salen de la formación y la demanda efectiva de perfiles que necesita la empresa”.

Empresa sector turismo

Dificultades para conciliar horarios de formación y trabajo teniendo en cuenta la dinámica de la actividad del sector.

Las facilidades de horario son limitadas, los horarios y planificación debería mejorar en los sectores tanto públicos como privados; la disponibilidad de fechas y los horarios son complicados para los empleados.

Se cuestiona la calidad, innovación y actualización de contenidos de la oferta (en el diseño, metodología didáctica, formación on line)

“Estamos desarrollado la formación en base a las necesidades de los centros de formación, y no de las necesidades de las empresas, y luego está el tema de la calidad e innovación de quien da la formación que también es importante para evaluar la calidad de esa formación”.

Empresa sector turismo

“La calidad de la formación es mala... no solo por una cuestión de currículo de diseño de la oferta en base a los perfiles existentes... sino porque el sistema educativo no es suficientemente dúctil y ágil para adaptar los currículos educativos ... pero sobre todo por las deficiencias en la dinámica educativa, por la apuesta seguimos sin salir de la idea que los contenidos teóricos que no pueden capacitar y menos en el turismo cuando el conjunto de las capacidades turísticas se construyen en torno a una realidad de interacción con el otro, en las que las dimensiones emocionales de empatía escucha activa etc., son claves y están ausentes de la formación y es lo realmente sustantivo de la formación”.

Experto sectorial

El nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector.

“Nosotros vemos cierto alejamiento de los centros de formación respecto a las empresas no hay colaboración para ajustar las necesidades, yo noto esa falta de comunicación y colaboración, si estamos formado gente y no lo ponemos en común con las empresas eso es un problema”.

Empresa sector turismo

Equilibrio en la distribución de la oferta en todas las áreas de actividad y puestos.

En este sentido, se ha destacado la necesidad de **mejorar conocimiento y accesibilidad de la oferta, así como la comunicación y colaboración de las administraciones competentes, centros de formación y las empresas** para desarrollar procesos de actualización periódica de las necesidades de formación de acuerdo a los rápidos cambios productivos, tecnológicos como consecuencia de la digitalización y de mercado que inciden en los requerimientos de competencias técnicas y transversales de los puestos.

“Serio problema de formación a los perfiles de camareros/as que tiene carencias, no están formados ni hay en el mercado. En camareras de piso no tiene una formación básica y práctica en competencias básicas atención al cliente, idiomas etc.”

Empresa sector turismo

“Desde la formación profesional reglada se ha realizado un gran esfuerzo por renovar la oferta en familias como administración, comercio marketing y además con alta demanda y existe una amplia oferta formativa ha vando muy bien para un ámbito que genera mucho empleo... sin embargo la formación ocupacional y de puesta a punto es lo que quizás puede aportar el ajuste a las necesidades reales del sector lo que constituye un buen complemento aunque en los últimos años

sobre todo la FPE se ha estandarizado excesivamente para lo que debe ser su finalidad de adecuación ágil a las necesidades de las empresas, formaciones muy prácticas para reciclar y actualizar las competencias para acceder o bien para reforzar la capacidad de los profesionales”.

Centro de formación

6.2.3. Caracterización y valoración de los procesos y oferta de formación. Visión de los centros de formación.

Desde los centros e instituciones que forman a las personas que quieren acceder al mercado laboral o mejorar, así como a los profesionales que trabajan en los sectores en diferentes niveles de cualificación se pone de relieve las siguientes ideas fuerza acerca del diagnóstico de situación de la formación:

Son conscientes de la importancia de realizar una detección de necesidades adecuada y tener en cuenta la información que aporten las empresas para poder realizar los procesos de actualización de la oferta formativa

“Trabajamos siempre con las empresas para verificar que estamos en línea con las necesidades y evolución del mercado: estamos trabajando de manera preferente en la renovación y ampliación de la oferta en las siguientes áreas:

Área Marketing y Dirección Comercial: Grados y Máster.

Área tecnológica que va a ser clave de forma transversal en los procesos de transformación digital de las empresas: ahí hemos creado oferta en Big data y bussiness analista y gestión de proyectos orientados a las empresas que buscan especializarse en el contexto de la transformación digital.

Área Industria con Máster en energías renovables”.

Centro de formación

“Hemos ampliado la oferta formativa en grados y máster en el sector turístico y hotelero, con máster en gestión hotelera para mejorar la capacitación profesional en mandos ya que sabemos que en el sector hay falta de profesionales con alta cualificación y encontrar RR.HH. en estas áreas con suficiente formación”.

Centro de formación

“Realizamos periódicamente un proceso de detección de necesidades formativas con las empresas de los sectores clave de la economía y actividad empresarial: Turismo, Comercio, logística etc. para conocer las demandas que tienen en cuanto a las competencias que necesitan en los diferentes puestos y poder estar en condiciones de rediseñar nueva oferta de programas... el problema reside en la Formación para el Empleo ya que el catálogo de especialidades del SCE está muy desfasado y si queremos plantear modificaciones y actualizaciones es un proceso que no es ágil para dar respuesta a las necesidades de las empresas”.

Centro de formación

Obstáculos para la formación on line debido a la insuficiente cultura digital de la población y condicionantes administrativos del modelo institucional de la FPE.

“Tenemos varios escenarios dentro de la universidad: en la formación presencial hemos potenciado el uso de ordenadores, tablets, móvil etc. de modo que se desarrolle en un ambiente de clase virtual y ayudado de funcionalidades de videoconferencia para poder acceder en cualquier momento... todo ello apoyado por una infraestructura, gestión en la nube, seguridad, protección de datos etc. que incluye todos los aspectos de gestión, matriculación, evaluación, etc.

Por otra parte, contamos con la plataforma más extendida en el sector educativo para poder customizar todas las necesidades del estudiante en ambiente virtual, video, máster clase, biblioteca, foros, asistencia on line, etc., todo ello para garantizar que la digitalización de la formación sea máxima tanto en la formación presencial como on line para que el estudiante pueda trabajar en varios ambientes.

En ese camino estamos de la máxima excelencia en la digitalización de la educación abarcando los procesos de matriculación, gestión, docencia, evaluación etc. y que siempre el estudiante tenga máxima flexibilidad para que disponga de múltiples posibilidades de ambientes y que además pueda flexibilizar la programación de la formación en función de los horarios de trabajo para que según los perfiles de 18 a 60 años el modelo se adapte al estudiante y no al revés”.

Centro de formación

“La máxima dificultad que nos encontramos es que las personas no saben lo que es teleformación, piensan que es un PDF que se puede descargar desde su casa pero no es eso, es un espacio de formación en el que el alumno interactúa... y otro de los problemas es el de la oferta formativa sobre todo la que se puede desarrollar en la oferta de FPE, el catálogo de especialidades de los cursos que se pueden realizar a través de formación mixta o teleformación no se actualiza desde hace más de 10 años, los contenidos están a medias, la verdad es que es un desastre”.

Centro de formación

“Muchas trabas a nivel administrativo y de gestión por parte de la administración en cuanto a requisitos, obligaciones por ejemplo de entregar manuales en papel y no en digital, etc., acciones y CP prioritarios”.

Centro de formación

Necesidad de mejorar la calidad, flexibilidad e innovación de la oferta formativa.

“La calidad de la oferta en Canarias no supera el aprobado, hay mucho que hacer, así como en la adecuación a las necesidades de las empresas... tenemos que avanzar en proveer de formación para los cuadros de nuestras empresas... hay sensibilidad cada vez mayor en el sector educativo, hay conciencia de la necesidad de mejorar, pero hay mucho margen de mejora en la calidad de la oferta formativa...”.

Centro de formación

“En cuanto a flexibilidad de la oferta no creo que en Canarias se supere un dos de valoración... muy pocas instituciones por no decir caso residual las que permitan formación on line a nivel oficial universitaria y de FP a nivel de Canarias y dirigida al mercado de canarias y que funcionen los siete días de la semana”.

Centro de formación

“A nivel de innovación si podemos decir que se ha mejorado en cierta medida en los últimos años existe una motivación hacia la innovación con una tasa de crecimiento, pero es mejorable”.

Centro de formación

Precio razonable de la oferta de formación.

“En cuanto al precio creo que es adecuado si valoramos la relación calidad/precio, hay un trabajo para ampliar las vías de financiación para mejorar el acceso a la formación de aquellas personas que no cuentan con los ahorros o recursos suficientes a nivel de créditos y otras fórmulas”.

Centro de formación

Necesidades no cubiertas y prioritarias: digitalización en todos los sectores tradicionales.

“Hay áreas en las se debe mantener y realizar una apuesta y refuerzo constante como el área de comercio, ventas, gestión comercial porque son sectores clave en canarias, en las áreas de transporte, ingenierías, renovables energías es muy importante porque son base de crecimiento de actividad industrial y productiva en canarias y que es muy necesaria diversificar en canarias, también logística por la cuestión nuestra de insularidad de puertos, comercio internacional etc.

Por supuesto las áreas de turismo y gestión en hostelería y turismo son fundamentales, el área de digitalización es fundamental para afrontar el crecimiento y áreas de gestión de forma transversal para poder dar esa capacidad a las empresas de mejorar los procesos de gestión”.

Centro de formación

Necesidad de complementar y sumar esfuerzos del sistema público y privado de educación y formación.

“Se está realizando un gran esfuerzo por parte de la administración y de la iniciativa privada para elevar los niveles de educación y formación de la sociedad canaria y es necesario reivindicar la complementariedad de la universidad y educación pública como eje vertebrador de la sociedad y de cohesión social, así como las instituciones privadas aportan mayor agilidad para responder a las necesidades del tejido empresarial”.

Centro de formación

Acuerdo estratégico para promover que canarias se constituya en un referente de formación a nivel internacional.

“En este sentido, se debería llegar a un acuerdo estratégico para promover que se reconozca internacionalmente a la CC.AA. de Canarias como un potente centro de formación a nivel internacional tendremos capacidad de atraer alumnos internacionales como lo hace Australia, Reino Unido... hoy día la formación es un sector económico potente y si trabajamos juntos las instituciones públicas y privadas tenemos una oportunidad de mercado para configurar un sector económico relevante en la economía canaria”.

Centro de formación

Propuestas y recomendaciones de mejora de los modelos formativos

Los centros de formación han planteado algunas recomendaciones y propuestas para avanzar en la mejora de los modelos de formación en los sectores tradicionales que podemos resumir en las siguientes:

- ▶ Apostar por la máxima digitalización de la formación. La teleformación debe contribuir a garantizar los procesos de digitalización con espacios personalizados.
- ▶ Asumir el liderazgo en sectores formativos como el turismo.
- ▶ Atraer los mejores profesionales para la formación.
- ▶ Generar un modelo de formación interdisciplinar e integral en competencias técnicas y sociales y valores.

“Pensar en la formación en una lógica muy transdisciplinar, aportar por desarrollo de entornos virtuales y a distancia y que en esos campos Canarias pueda asumir liderazgo a nivel internacional para poder atraer y formar a profesionales sobre todo en determinadas áreas, por ejemplo, en Turismo somos una potencia y una referencia de modelo turístico a nivel mundial, porque no somos capaces de formar al mismo nivel, deberíamos tener capacidad de atraer profesionales a nivel internacional para aprender como desarrollamos nuestra industria turística y ser capaces de exportar nuestro conocimiento”.

Centro de formación

“Tenemos que tener un modelo académico que trabaje en cuatro pilares; uno de ellos a nivel internacional, tener una visión para que los estudiantes pasen a ser estudiantes del mundo, una visión profesional que el curricular integre con entornos profesionales, simulados hacia una dinámica real de mercado, una dimensión de conocimiento e intelectual ya que es necesario seguir desarrollando la dimensión de investigación y generación de conocimiento de las universidades y con una visión ética, social y ambiental muy presente, esta dimensión de compromiso es clave en el futuro de la educación”.

Centro de formación

“Tenemos que trabajar en el sentido de acompañar a la nueva alfabetización digital... tenemos que generar esas nuevas habilidades en los profesionales que demandan las empresas”.

Centro de Formación

“Debemos tener más capacidad de atraer más docentes de fuera, ya que tenemos problemas para cubrir áreas que son novedosas y es complicado disponer de docentes altamente cualificados en todas ellas para poder acelerar esa formación”.

Centro de formación

6.3. Frenos y obstáculos para el desarrollo de la formación

Las empresas de los tres sectores tradicionales objeto del estudio han valorado en términos relativos la importancia de diferentes aspectos o barreras que están actuando como factores restrictivos para una desarrollo adecuado de la formación y **todas las opciones de posibles barreras planteadas han sido consideradas por la mayoría de las empresas como muy importantes y en porcentajes medios superiores al 50%.**

En este sentido, estos resultados tan claros y abrumadores ponen de relieve que las dificultades o frenos para el acceso a la formación en los sectores de Comercio, Hostelería y Turismo y Transporte y Almacenamiento son la consecuencia de una combinación de múltiples factores de diferente índole, algunos que tienen que ver con las características estructurales de la actividad productiva y empresarial, pero también de limitaciones de la oferta formativa (falta de adecuación a las necesidades de los colectivos y puestos o las carencias en la especialización de los cursos y programas), las dificultades de compatibilidad de los tiempos de formación y actividad laboral en estos sectores tan intensivos en personal y dedicación máxima y de falta de actitud o motivación de los trabajadores/as.

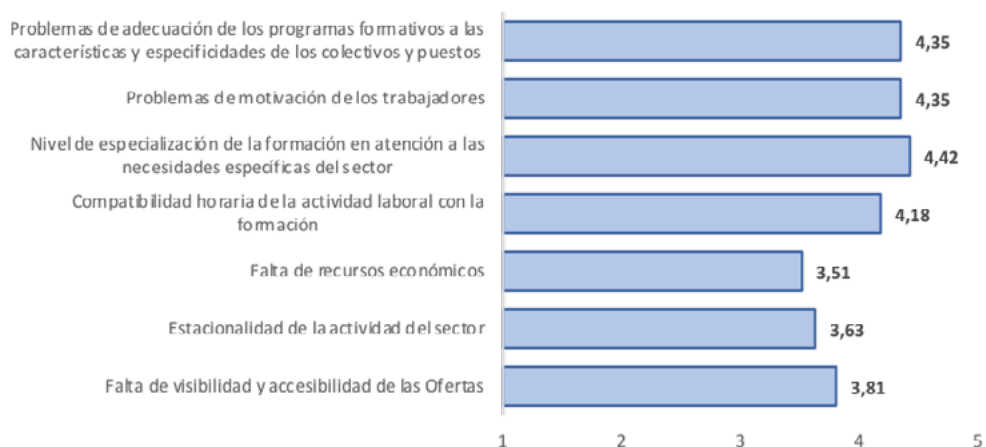
Tabla 126. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos. Canarias.

Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa	Canarias				
	1	2	3	4	5
Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos	4,63%	0,00%	16,67%	12,96%	65,74%
Problemas de motivación de los trabajadores	6,48%	1,85%	9,26%	14,81%	67,59%
Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector	2,78%	2,78%	11,11%	15,74%	67,59%
Compatibilidad horaria de la actividad laboral con la formación	6,48%	3,70%	15,74%	13,89%	60,19%
Falta de recursos económicos	17,59%	10,19%	18,52%	10,19%	43,52%
Estacionalidad de la actividad del sector	18,52%	4,63%	20,37%	8,33%	48,15%
Falta de visibilidad y accesibilidad de las Ofertas	12,15%	3,74%	24,30%	12,15%	47,66%

Fuente: Elaboración propia.

Si elaboramos una media ponderada de cada obstáculo en su valoración de una escala de 1 a 5, vemos que el **nivel de especialización de la formación** que se ofrece y **la motivación**, o mejor diríamos falta de motivación adecuada de los trabajadores, se configuran como los factores que inciden, en mayor medida, como barreras para el desarrollo de la formación.

Gráfico 123. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Canarias.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, pasamos a analizar de manera focalizada la incidencia de los obstáculos y frenos a la formación en cada uno de los sectores tradicionales incorporando para una mejor aproximación y profundización las aportaciones realizadas por los diferentes segmentos de opinión que han participado en la investigación cualitativa mediante entrevistas en profundidad.

A. OBSTÁCULOS Y FRENOS A LA FORMACIÓN SECTOR COMERCIO

Las empresas del sector comercio encuestadas sitúan los principales obstáculos que están actuando como factores restrictivos para un adecuado desarrollo de los procesos de formación en el sector en los siguientes:

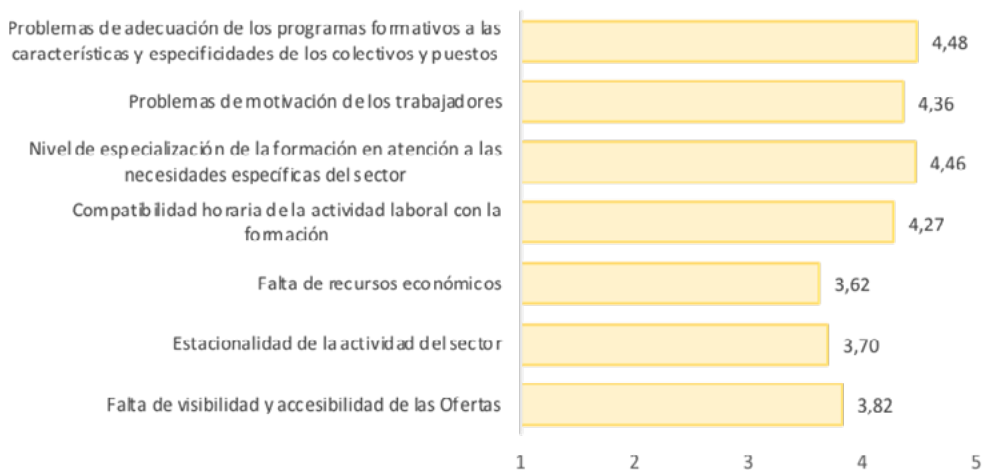
- ▶ Problemas de adecuación de los programas formativos a las necesidades de capacitación de las empresas y colectivos: más del 80% de las empresas consultadas lo consideran una barrera importante o muy importante.
- ▶ Problemas de motivación de los trabajadores/as para participar en procesos de formación para mejorar su cualificación: también con porcentajes por encima del 80% de las empresas de sector (sumando importante y muy importante).
- ▶ Insuficiente nivel de especialización de la formación: llega al 82% de las empresas que atribuyen un factor importante (13,70) y muy importante (71,23%).

Tabla 127. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Comercio.

Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa	Comercio				
	1	2	3	4	5
Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos	1,37%	0,00%	16,44%	13,70%	68,49%
Problemas de motivación de los trabajadores	5,48%	2,74%	9,59%	15,07%	67,12%
Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector	2,74%	4,11%	8,22%	13,70%	71,23%
Compatibilidad horaria de la actividad laboral con la formación	4,11%	2,74%	17,81%	13,70%	61,64%
Falta de recursos económicos	13,70%	10,96%	19,18%	10,96%	45,21%
Estacionalidad de la actividad del sector	17,81%	4,11%	17,81%	10,96%	49,32%
Falta de visibilidad y accesibilidad de las Ofertas	12,50%	2,78%	25,00%	11,11%	48,61%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 124. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Comercio.



Fuente: Elaboración propia.

En el proceso de realización de entrevistas con informantes clave se han aportado ideas y reflexiones que ayudan a comprender y explicar la incidencia de los frenos y obstáculos indicados:

Dificultades derivadas de las características del sector y los colectivos:

- Dispersión geográfica de las empresas.

“Para el pequeño comercio la dispersión y atomización de las empresas supone un problema de cara a las actividades de formación”.

Empresa sector comercio

- ▶ Ausencia de una definición clara de puestos de trabajo y competencias profesionales.
- ▶ Las empresas no disponen de capacidad formativa.
- ▶ Falta predisposición en los trabajadores a recibir formación.
- ▶ Falta de disponibilidad de tiempo para formación en la jornada laboral.

Dificultades asociadas a los requerimientos de gestión del sistema educativo y de formación.

- ▶ Rigidez en los programas y rigidez de los requisitos de gestión.
- ▶ Rigidez de los requisitos y aspectos de gestión burocrática del modelo de formación programada-bonificada.

“Si es cierto que la necesidad de la empresa va por un camino de rápida adaptación... sin embargo, los aspectos burocráticos y requisitos del sistema de formación bonificada es una traba o limitación que disuade muchas veces de un mayor y mejor usos de este sistema de formación, podríamos hacer mucho más, que no hacemos por toda la carga administrativa que supone es complicada... Por ejemplo, los cursos con FUNDAE requieren una documentación de control y seguimiento, comunicaciones de inicio, listados de firmas, etc., que nosotros hemos impuestos a FUNDAE digitalizar... pero nos dicen que la normativa no está claro que lo permita o no tienen los recursos para desarrollarlo...Y en todos estos aspectos empresa pública y empresas privada tienen que ajustar sus necesidades y expectativas...”

Empresa sector comercio

Dificultades o problemas de la oferta formativa.

- ▶ Insuficiente desarrollo de la oferta de títulos y plazas en la FP.
- ▶ Inadecuación de contenidos. Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos.

B. OBSTÁCULOS Y FRENOS A LA FORMACIÓN SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Por lo que se refiere a las empresas del sector de Transporte se mantienen en coordenadas muy similares las opiniones respecto a la valoración de los factores que suponen mayores obstáculos para el desarrollo de los procesos de formación en el sector, situándose, en primer lugar, la **falta de motivación e implicación del personal empleado** ya que si se suma el porcentaje de empresas que atribuyen un valor de importante y muy importante supone casi el 85% de las respuesta y en valoración media un 4,29 sobre 5.

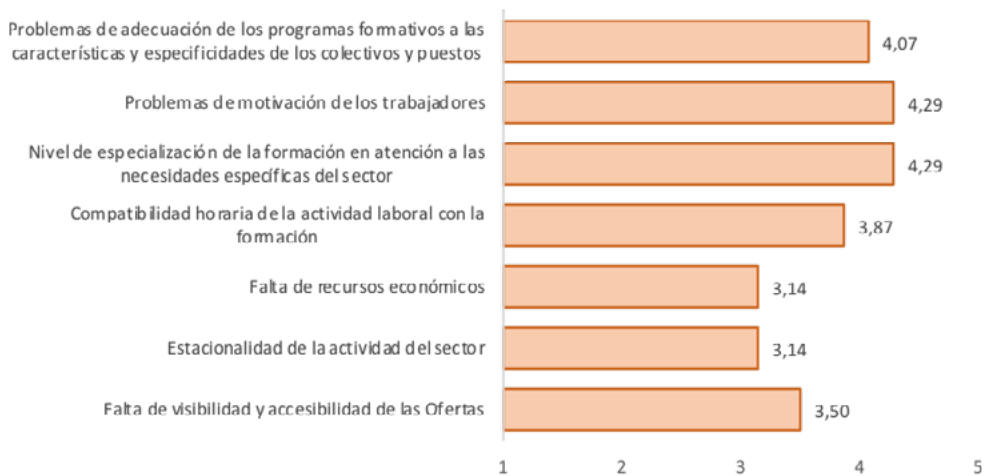
En segundo lugar, se destaca el **nivel de especialización de los programas formativos** con un 71,43% de empresas que lo consideran un freno muy importante y también con una valoración de 4,29 sobre 5.

Tabla 128. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Transporte.

Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa	Transporte y Comunicaciones				
	1	2	3	4	5
Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos	14,29%	0,00%	14,29%	7,14%	64,29%
Problemas de motivación de los trabajadores	14,29%	0,00%	0,00%	14,29%	71,43%
Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector	7,14%	0,00%	21,43%	0,00%	71,43%
Compatibilidad horaria de la actividad laboral con la formación	14,29%	0,00%	21,43%	14,29%	50,00%
Falta de recursos económicos	28,57%	7,14%	21,43%	7,14%	35,71%
Estacionalidad de la actividad del sector	28,57%	7,14%	21,43%	7,14%	35,71%
Falta de visibilidad y accesibilidad de las Ofertas	21,43%	7,14%	14,29%	14,29%	42,86%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 125. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Transporte.



Fuente: Elaboración propia.

En las entrevistas con agentes del sector se ha incidido en estos frenos y obstáculos.

Dificultades asociadas a los requerimientos de gestión del sistema.

- Rigidez en los planes formativos financiados y en los requisitos de gestión.

“Dificultad de acceder a la financiación de la formación, los requisitos de FUNDAE propician que a menudo no bonifiquemos ciertos cursos y es una tarea ingente cumplimentar el papeleo”.

Empresa sector transporte

Dificultad para compatibilizar horarios de formación y actividad laboral.

“Nuestra dificultad principal está en el alto nivel de ocupación que suele tener la plantilla y justo cuando baja es cuando es mejor formar al personal, pero eso requiere poder planificar cursos a corto plazo, lo cual es inviable. Por lo tanto, a menudo coinciden los programas con alta carga de trabajo habitual, restando eficacia a los cursos”.

Empresa sector transporte

Limitaciones o deficiencias de la oferta formativa.

- ▶ Inadecuación de contenidos. Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos.
- ▶ Duración de la formación no es adecuada ni homologable. En muchos casos encontramos cursos y programas formativos que bajo la misma denominación y contenidos tienen una duración muy diferente en horas.
- ▶ Diagnósticos de necesidades de los sectores y empresas a nivel de diferentes contextos insulares inadecuada e insuficiente.

Precio elevado de la formación técnica especializada.

La formación que se financia a través de la FPE ya sea en los planes de ofertas sectoriales o transversales o a través del sistema de bonificaciones, suele ser muy generalista y teórica, mientras que la formación técnica y especializada de alto nivel que necesitan las empresas es muy costosa.

“Además, la formación técnica es muy cara: programas como BOSIET, NEBOSH, drydocking, líquidos penetrantes, uso de máquinas...a veces no disponible en Canarias y mucha formación requiere “repesca”: la técnica, la de Tarjeta del metal, uso de desfibriladores...”.

Empresa sector transporte

Mejora de la evaluación y rediseño de la oferta de formación existente en la actualidad.

“Debemos mejorar la eficacia en la formación: actualmente invertimos en formar a nuestro personal y resulta que no siempre aplicamos las competencias aprendidas. Mejorar el seguimiento de la formación es crucial.”

Empresa sector transporte

“Utilizar tecnologías avanzadas que permitan aulas virtuales. Facilitar la gestión exigida por FUNDAE e incluso aportar más recursos a la empresa para financiar formación. Realizar seguimiento a la formación por parte de los que han impartido la formación”

Empresa sector transporte

C. OBSTÁCULOS Y FRENOS A LA FORMACIÓN SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

Las empresas del sector de Hostelería y Turismo mantienen la radiografía de los frenos más importantes si bien como diferencia, en primer lugar, se sitúa los **problemas de motivación de los trabajadores/as para participar en procesos de formación para mejorar su cualificación**: también con porcentajes por encima del 66% de las empresas de sector que atribuyen un factor *muy importante* y una valoración media de 4,38 y el **insuficiente nivel de especialización de la formación**: llega al 52% de las empresas que consideran muy importante este factor y una valoración media de 4,38 sobre 5.

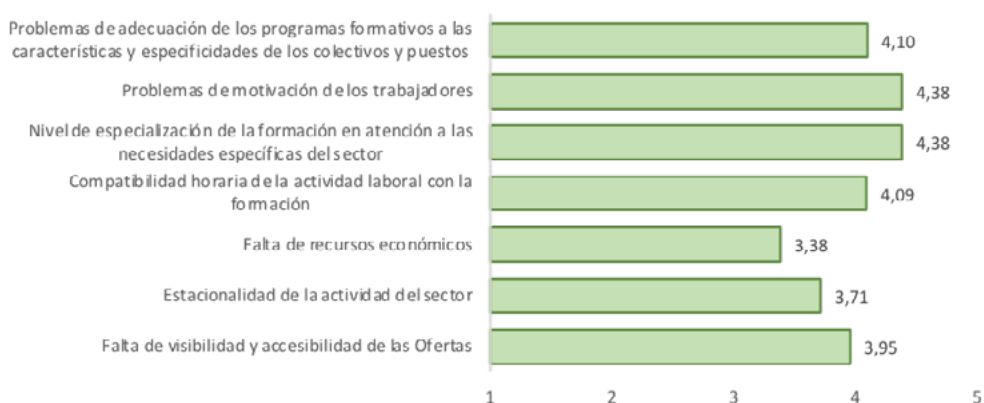
A continuación, se destacan los problemas de **adecuación de los programas formativos a las necesidades de capacitación de las empresas y colectivos** con un 57,14% de empresas que asignan un factor muy importante y una valoración media de 4,10. Y luego se sitúan los demás factores planteados también con valoraciones de importancia significativos, aunque en menor medida.

Tabla 129. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Turismo.

Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa	Turismo				
	1	2	3	4	5
Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos	9,52%	0,00%	19,05%	14,29%	57,14%
Problemas de motivación de los trabajadores	4,76%	0,00%	14,29%	14,29%	66,67%
Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector	0,00%	0,00%	14,29%	33,33%	52,38%
Compatibilidad horaria de la actividad laboral con la formación	9,52%	9,52%	4,76%	14,29%	61,90%
Falta de recursos económicos	23,81%	9,52%	14,29%	9,52%	42,86%
Estacionalidad de la actividad del sector	14,29%	4,76%	28,57%	0,00%	52,38%
Falta de visibilidad y accesibilidad de las Ofertas	4,76%	4,76%	28,57%	14,29%	47,62%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 126. Obstáculos para el desarrollo de programas formativos en la empresa. Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

En la investigación cualitativa se ha puesto de manifiesto opiniones y valoraciones que inciden en las causas o barreras que dificultan el desarrollo óptimo de los procesos formativos:

Obstáculos en el desarrollo formativo del sector.

Los agentes consideran como principales inconvenientes para una adecuada formación del capital humano los siguientes:

- ▶ Falta de motivación de la población ocupada en el sector.
- ▶ Especialización de dicha formación a las necesidades del sector.
- ▶ Lejanía de los centros de formación con respecto a los lugares de trabajo.
- ▶ Horarios del sector.
- ▶ Alta tasa de abandono en la metodología online y baja cultura informática como impedimentos para la formación no presencial.

Factores estructurales característicos del sector.

Como la existencia mayoritaria de micropymes da carácter familiar en el sector, así como la fuerte variabilidad de la demanda tanto mensual, como semanal y diaria. Por otro lado, la estacionalidad de la actividad hace difícil que los recursos humanos puedan ser formados correctamente y que se desarrolle en este segmento enfoques modernos de gestión, teniendo en cuenta además la polivalencia en las funciones de la mayoría de los empleados de las pymes.

“Las características de la actividad del sector (en cuanto amplia diversidad de actividades, atomización, dispersión, y su complejidad) implica dificultades para plantear políticas adecuadas de formación y también nos cuesta hacer ver el atractivo y capacidad de empleo del sector...”.

Experto sectorial

Por otro lado, **hay que destacar también que en la industria turística tiene fuerte representación el empleo autónomo**, con fuerte componente autodidacta que no valora la formación externa. La mayoritaria fragmentación del tejido empresarial y el predominio de pequeñas empresas (menos de 10 empleados) y autónomos, que permite extender la actividad turística por todo el territorio, dotando de flexibilidad y capacidad de resistencia frente a las etapas de crisis, por su carácter familiar, pero que, a la vez, se caracterizan por un menor desarrollo y profesionalización en la gestión del capital humano.

Dinámica de cambio de las competencias y perfiles profesionales en las actividades del sector.

Una de las mayores dificultades que tiene el sector para abordar con la respuesta necesaria los cambios que necesita está relacionada con la adquisición de nuevos conocimientos y competencias, adaptados a los nuevos requerimientos de los procesos de trabajo por la diversificación de actividades y modelos de negocio, el impacto de la digitalización, etc.

En este sentido, un aspecto clave en el sector turístico es el servicio al cliente y la capacidad de superar sus expectativas, y por ello la formación y capacitación de los empleados son cuestiones fundamentales. Es necesario que el empleado domine todos los aspectos que contribuyen a reforzar la percepción de un servicio de calidad y una mejor experiencia para el turista, tal y cómo se defina para cada subsector específico. Esto implica:

- ▶ Conocer y entender los diversos elementos del servicio y de las experiencias que busca el turista.
- ▶ Poseer determinadas habilidades críticas, como la capacidad de comunicación, capacidad de trabajo en equipo y la capacidad de solucionar problemas.
- ▶ Poseer la actitud de servicio adecuada, sin la cual tanto los conocimientos como las habilidades son estériles.

Barreras vinculadas a los déficits de la oferta formativa.

La formación existente actualmente en el sector en muchos casos no facilita la posibilidad de que los trabajadores/as puedan adecuar sus horarios y metodología de impartición a su puesto de trabajo, esto conlleva que la mayoría del personal del sector carezca de cualificación y formación para su puesto de trabajo

La valoración de la experiencia práctica por encima de la formación en competencias es una práctica generalizada del sector. Pero, la experiencia práctica es insuficiente para impulsar procesos de innovación o evolución de los nuevos procesos de producción y prestación del servicio y modelos de negocio basados en la diferenciación y en la generación de valor añadido.

Frenos y barreras derivadas de factores de motivación y valoración de la formación de los grupos profesionales del sector.

“Principalmente falta de motivación del personal, y mejora de la oferta formativa en idiomas u competencias técnicas básicas... la oferta no se dirige a cubrir estas competencias y se tiene que realizar el esfuerzo desde la empresa para cubrir estas deficiencias”.

Empresa sector turismo

“Creo que habría que trabajar para mejorar los recursos para la formación de las empresas y trabajadores”

Centro de formación

6.4. Prospectiva de la demanda de formación

Para abordar el análisis prospectivo de las necesidades de formación en los sectores tradicionales se ha procedido a la sistematización de la información obtenida a través de la investigación cuantitativa (encuesta a empresas) y cualitativa (entrevistas con agentes clave en cada sector) relativa a las demandas de competencias a desarrollar y, por tanto, detección de necesidades formativas asociadas en las diferentes áreas de actividad, niveles de cualificación y perfiles clave.

Antes de presentar los resultados obtenidos en cada uno de los sectores queremos mencionar la información que se ha obtenido en la fase de la investigación cualitativa mediante entrevistas a informantes clave en relación con las necesidades de formación transversales o aplicables a las competencias de los tres sectores tradicionales: Comercio, Transporte y Almacenamiento y Hostelería y Turismo que de manera resumida se describen a continuación:

Necesidades de competencias transdisciplinares.

“No hay ningún sector ni perfil profesional que no va exigir cambios de competencias a todos los niveles, las competencias hoy día más solicitadas en el mercado para los próximos años son profesionales que sean transdisciplinares y globales y eso en cualquier área turismo, comercio, industria tiene que tener la capacidad para poder trabajar con una visión 360 ya sea por un contexto económico, político, ambiental de salud, nos pueden surgir situaciones en las que tenemos que pensar a nivel global etc.”

Experto formación

Competencias digitales.

“Por otra parte, perfiles digitales como los relacionados con el análisis de datos necesidades que se requieren a nivel de perfiles directivos y de mandos como operativos”.

Experto formación

Gestión del cambio y la incertidumbre.

“Lo mismo con la capacidad de respuesta en tiempo a los acontecimientos va a efectuar a todos los niveles en entornos cada vez más cambiantes, inciertos y complejos”.

Experto formación

Compromiso.

“Profesionales que sean comprometidos con dimensiones como la igualdad, la desigualdad social, la sostenibilidad ambiental, la RSC y eso afecta a todos los perfiles y, sobre todo, un sector como el comercio o el turismo que afectan a nivel de acciones estratégicas de negocio del sector, pero también al perfil y competencias de los trabajadores que tienen que estar cada vez más comprometidos porque si no serán capaces de implementar las estrategias que puedan derivar de las decisiones de las empresas”

Experto formación

Capacidad de innovación.

“Tenemos que ser cada vez capaces de generar nuevas ideas que surgen en los diferentes niveles de la organización ya sea de mandos directivos u operativos sean capaces de interactuar para generar nuevas ideas”

Experto formación

Competencias blandas sociales y personales.

- ▶ Capacidad escucha activa.
- ▶ Capacidad de coordinación y gestión de tiempo.
- ▶ Capacidad de hablar en público.
- ▶ Capacidad para resolución de problemas.
- ▶ Capacidad para aprender de forma activa.

“Aquí la tele formación tiene un papel clave al aportar estrategias de aprendizaje para dotar de los conocimientos y herramientas de formación en competencias que ya están definidas para 2022”.

Empresa sector turismo

6.4.1. **Prospectiva Necesidades De Formación Sector Comercio**

A) RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. ENCUESTA A EMPRESAS

En la encuesta a las empresas se ha preguntado en abierto, respecto a la plantilla actual de personal, la formación que necesitarían sus trabajadores/as para adaptarse a las necesidades de la empresa a corto plazo (1 a 3 años). En este sentido, las empresas encuestadas del sector de comercio han mencionado toda una serie ideas relativas a competencias, áreas formativas etc., que se ha procedido a postcodificar y agrupar en categorías de acciones formativas que las empresas del sector demandan para el desarrollo profesional de la plantilla.

Tabla 130. Acciones formativas que demandan las empresas del sector a corto plazo. Comercio.

COMERCIO	
Administración	Idiomas
Análisis de Datos	Informática
APPCC sanitarios	Ingeniería agrícola
Atención al Cliente	Inglés
Automatización de procesos productivos	Lectura e interpretación de ordenes de trabajo
Automoción	Logística y almacenamiento
Blanqueo de capitales	Manejo y manipulación de herramientas de producción
Carniceros/Charcuteros, despiece, optimización de cortes	Mantenimiento
Comercial y Ventas	Mantenimiento de vehículos
Comercio internacional	Marketing digital y comercio electrónico
Competencias técnicas	Mecánica
Comunicación, trabajo en equipo	Nuevas Tecnologías
Contabilidad y Fiscalidad	Ofimática
Cursos de Ofimática	Publicidad, marketing y redes sociales
Digitalización	Reciclaje
Dirección y gestión de Empresa	Recursos Humanos
Dirección y gestión de producción.	Sistemas ERP (Enterprise Resource Planning)
Diseñadores	Sistemas Global GAP
Educación y responsabilidad	Técnicas de Venta
Electricidad	Trabajo en equipo
Formación continua	Trabajo en Equipo, Método Agile
Formación en TICs	Uso de maquinaria
Formación, liderazgo, gestión del cambio	Ventas y Marketing
Funcionamiento de Cooperativas	Gestión de Redes Sociales
Gestión de almacén y ventas	Gestión Financiera
Higiene y PRL	Herramientas Business Intelligence

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 131. Acciones formativas demandadas por categorías. Directivos. Comercio.

COMERCIO	% DIRECTIVOS
Administración	10,0%
Blanqueo de capitales	10,0%
Comercio internacional	5,0%
Dirección y gestión de Empresa	5,0%
Formación continua (inespecífica)	5,0%
Formación y liderazgo	10,0%
Formación, liderazgo, gestión del cambio	10,0%
Gestión Financiera	5,0%
Herramientas Business Intelligence	10,0%
Higiene y PRL	5,0%
Informática	10,0%
Inglés	5,0%
Marketing digital y comercio electrónico	5,0%
Reciclaje	5,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 132. Acciones formativas demandadas por categorías. Mandos intermedios. Comercio.

COMERCIO	% MANDOS INTERMEDIOS
administracion	11,1%
Competencias técnicas	5,6%
Comunicación, trabajo en equipo	5,6%
Contabilidad y Fiscalidad	5,6%
Cursos de Ofimática	5,6%
Digitalizacion	5,6%
Dirección y gestión de empresa	11,1%
Herramientas Business Intelligence	5,6%
Higiene y PRL	11,1%
Idiomas	5,6%
Informática	5,6%
Nuevas Tecnologías	5,6%
Reciclaje	5,6%
Recursos Humanos	5,6%
Trabajo en equipo	5,6%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 133. Acciones formativas demandadas por categorías. Administrativos. Comercio.

COMERCIO	% ADMINISTRATIVOS
Administración	4,1%
Automatización de procesos productivos	2,0%
Comercial y Ventas	4,1%
Contabilidad	4,1%
Digitalización	2,0%
Funcionamiento de Cooperativas	2,0%
Idiomas	12,2%
Informática	10,2%
Mantenimiento de vehículos	2,0%
No específica	36,7%
Ofimática	4,1%
Sistemas ERP (Enterprise Resource Planning)	2,0%
Técnicas de Venta	12,2%
Ventas y Marketing	2,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 134. Acciones formativas demandadas por categorías. Técnicos/as. Comercio.

COMERCIO	% TÉCNICOS/AS
Análisis de Datos	5,9%
Dirección y gestión de producción.	5,9%
Diseñadores	5,9%
Formación continua (inespecífica)	5,9%
Formación en TICs	5,9%
Gestión de almacén y ventas	5,9%
Higiene y PRL	5,9%
Idiomas	5,9%
Informática	5,9%
Ingeniería agrícola	5,9%
ingles	5,9%
Mantenimiento	5,9%
Publicidad, marketing y redes sociales	5,9%
Sistemas Global GAP	5,9%
Técnicas de venta	11,8%
Trabajo en Equipo, Métodos Ágiles	5,9%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 135. Acciones formativas demandadas por categorías. Operarios. Comercio.

COMERCIO	% OPERARIOS/AS
Atención al Cliente	7,4%
Educación y responsabilidad	3,7%
Electricidad	3,7%
Formación continua	3,7%
Gestión de Redes Sociales	7,4%
Higiene y PRL	3,7%
Idiomas	11,1%
Informática	14,8%
Lectura e interpretación de ordenes de trabajo	3,7%
Logística y almacenamiento	3,7%
Manejo y manipulación de herramientas de producción	3,7%
Mantenimiento	7,4%
Mecánica	3,7%
Técnicas de Venta	18,5%
Uso de maquinaria	3,7%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 136. Acciones formativas demandadas por categorías. Otros perfiles. Comercio.

COMERCIO	% OTROS PERFILES
Administración	2,6%
APPCC sanitarios	2,6%
Atención al Cliente	5,1%
Automoción	2,6%
Carniceros/Charcuteros, despiece, opti	2,6%
Comercial y ventas	5,1%
Contabilidad	2,6%
Electricidad	2,6%
Formación en TICs	2,6%
Gestión de Redes Sociales	5,1%
Idiomas	12,8%
Informática	10,3%
No específica	35,9%
Ofimática	2,6%
Técnicas de Venta	5,1%

Fuente: Elaboración propia.

Si bien se trata de una pregunta abierta susceptible de una gran variedad y dispersión en las respuestas, podemos observar algunas tendencias:

- ▶ En el **perfil directivo** destaca la demanda de formación en Habilidades en temas de liderazgo, gestión del cambio, inteligencia emocional, comunicación, etc. que se configura como línea de formación preferente, y, en segundo lugar, la formación en competencias estratégicas o clave: Herramientas Business Intelligence, internacionalización y comercio internacional, desarrollo de negocio, blanqueo de capitales etc.
- ▶ En el **perfil de mandos** se aprecia una tendencia similar al perfil directivo en cuanto a la demanda de formación en competencias de dirección, administración, Habilidades sociales y personales y también formación específica.
- ▶ Respecto a los **perfiles de técnicos y operarios** se incide más en el desarrollo de competencias técnicas específicas de las actividades y procesos (sistemas, procesos, herramientas, etc.) y también la prevalencia de algunas áreas formativas como idiomas, técnicas de venta informática y Tics, etc.
- ▶ Finalmente, en perfiles administrativos y otros perfiles si bien la dispersión de respuestas es notable, se aprecia la mayor importancia de áreas de formación no específica, así como en idiomas e informática.

B. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En las entrevistas realizadas en el sector de comercio se han enunciado las siguientes necesidades de formación más significativas, tanto para competencias técnicas específicas de los procesos y actividades del sector, como a nivel de competencias transversales, clave o sociales.

Competencias técnicas

Según las aportaciones de los informantes clave de las empresas, expertos sectoriales, centros de formación y agentes del sector los profesionales del ámbito del Comercio y marketing deben actualizar constantemente sus conocimientos técnicos en diferentes áreas

Para el desarrollo de las competencias derivadas del crecimiento del comercio electrónico del consideran importante fomentar la formación en los siguientes programas:

- ▶ Herramientas de analítica de datos y de comunicación.
- ▶ Marketing en dispositivos móviles (mobile marketing).
- ▶ Comportamiento del consumidor.
- ▶ Contenidos vinculados a una marca (branded content). Diseño del plan social media (estrategia digital).
- ▶ Herramientas de análisis y monitorización de usuarios en redes sociales.
- ▶ Herramientas de analítica de datos y de comunicación.
- ▶ Conocimiento y manejo de redes sociales y blogs (Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, Pinterest, Google+, Foursquare, Yelp).
- ▶ Webrooming (exposición de productos vía web).

Se precisa reforzar la formación relacionada con las nuevas tecnologías en los segmentos de logística y marketing.

En este sentido, se recomienda incluir formación en sistemas de localización y GPS en logística, así como en posicionamiento SEM (search engine marketing o marketing de buscadores) / SEO (search engine optimization u optimización para motores de búsqueda), para aumentar la visibilidad de la marca a través del tráfico en la web en el área de marketing y, sobre el funcionamiento y contenido de las webs especializadas en la comparación de ofertas y productos.

▶ Omnicanalidad

- Legislación 2.0 para redes sociales Publicidad en redes sociales
- Conocimientos de transporte y logística
- Nuevas tecnologías en el ámbito del transporte y la logística (GPS, localización, etc)
- Desarrollo de campañas de marketing especializadas

En esta misma línea, los agentes del sector consideran importante la formación de los trabajadores en herramientas tecnológicas como Google Analytics y técnicas estadísticas como análisis conjunto (conjoint analysis) para conocer, a través de los estudios de mercado, la influencia que determinados atributos de un producto o servicio ejercen en la decisión de compra de los consumidores.

Competencias transversales

Se han detectado importantes carencias en competencias transversales claves para el adecuado desempeño profesional en diferentes niveles de cualificación:

- ▶ En niveles más operativos de venta y atención al cliente tales como idiomas, atención al cliente, flexibilidad, trabajo en equipo, técnicas de venta y comunicación, y polivalencia, entre otras.
- ▶ En mandos y personal de dirección y gerencia: habilidades directivas, atención al cliente, visión internacional, técnicas de venta y negociación, gestión de equipos, técnicas y estrategias de comunicación, gestión del cambio trabajo en equipo, creatividad y flexibilidad/movilidad.

6.4.2. Prospectiva necesidades de formación sector transporte y almacenamiento

A. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. ENCUESTA A EMPRESAS

Las empresas de transporte también han aportado menciones relativas a acciones formativas que necesitarían a corto plazo los trabajadores/as.

Tabla 137. Acciones formativas demandadas por las empresas a corto plazo. Transporte.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES
Dirección y gestión de Empresa
Marketing digital y comercio electrónico
Competencias técnicas
Higiene y PRL
Conducción eficiente
CAP
Idiomas
Comercial y Ventas
Contabilidad
Gestión aduanera
Implantación de sistemas informáticos
Conducción eficiente
Gestión aduanera

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 138. Acciones formativas demandadas por categorías. Directivos. Transporte.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	% DIRECTIVOS
Dirección y gestión de Empresa	50,0%
Marketing digital y comercio electrónico	50,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 139. Acciones formativas demandadas por categorías. Mandos intermedios. Transporte.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	% MANDOS INTERMEDIOS
Competencias técnicas	50,0%
Higiene y PRL	50,0%

Fuente: Elaboración propia.

En perfiles de **dirección** se mencionan solo formaciones de dirección y gestión y marketing digital y comercio electrónico desde un enfoque de planificación del negocio turístico mientras que en **mandos intermedios** se alude genéricamente y formación en competencias técnicas específicas y el ámbito de PRL.

Tabla 140. Acciones formativas demandadas por categorías. Administrativos. Transporte.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	% ADMINISTRATIVOS
Comercial y Ventas	11,1%
Contabilidad	11,1%
Gestión aduanera	11,1%
Higiene y PRL	11,1%
Idiomas	22,2%
Implantación de sistemas informáticos	11,1%
No específica	22,2%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 141. Acciones formativas demandadas por categorías. Operarios/as. Transporte.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	% OPERARIOS/AS
Conducción eficiente	20,0%
CAP	20,0%
Higiene y PRL	20,0%
Idiomas	40,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 142. Acciones formativas demandadas por categorías. Otros perfiles. Transporte.

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	% OTROS PERFILES
Comercial y ventas	16,7%
Conducción eficiente	16,7%
Gestión aduanera	16,7%
No específica	50,0%

Fuente: Elaboración propia.

En **perfiles de operativa** se menciona la formación más específica de habilitación CAP, conducción eficiente, idiomas y área comercial y ventas.

Finalmente en perfiles administrativos y otros perfiles si bien la dispersión las empresas apuntan la mayor importancia de áreas de formación no específica, así como en idiomas e informática.

B) RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Necesidades de formación en competencias generadas por los informantes clave del sector consultados en el marco de las entrevistas en profundidad:

Competencias técnicas

- ▶ Transporte aéreo
 - Nuevos procesos productivos
 - Primeros auxilios
 - Operativa de la tripulación tratamiento de mercancías peligrosas
 - Extinción de incendios
 - Logística inversa
 - Transporte carretera
 - CAP certificado de aptitud profesional

- ADR para mercancías peligrosas
- Conducción eficiente y segura tacógrafo analógico y digital
- Manejo de sistemas de navegación y localización GPS y aplicaciones de geolocalización
- Sistema de planificación y optimización de rutas
- Dispositivos de los vehículos y aplicaciones informáticas relacionadas con la comunicación
- Sistemas de seguridad del vehículo manipulación y distribución de cargas y mercancías
- Normas de carga y estiba
- Sistemas de comunicación aplicados a las operaciones logísticas tecnologías EDI multiplataforma, servicios web etcétera

Conocimientos jurídicos y normativa

- ▶ Normativa viaria internacional
- ▶ Transporte internacional
- ▶ Transportes bajo régimen de autorización especial
- ▶ Normas y sistemas de calidad clasificación comercial y venta

Competencias transversales

- ▶ Idiomas: inglés, francés y alemán
- ▶ Habilidades sociales y personales
- ▶ Liderazgo y negociación
- ▶ Dirección organización y planificación del trabajo en equipo
- ▶ Resolución de problemas y toma de decisiones
- ▶ Localización de problemas análisis de causas y búsqueda de soluciones.
- ▶ Liderazgo y negociación
- ▶ Compromiso flexibilidad y adaptación a los cambios
- ▶ Polivalencia, iniciativa, creatividad.

6.4.3. Prospectiva necesidades de formación sector hostelería y turismo

A. RESULTADOS INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. ENCUESTA A EMPRESAS

A continuación, se presenta la batería de las áreas formativas que han comentado de manera espontánea las empresas del sector de hostelería y turismo como más necesarias para el desarrollo profesional de las plantillas.

Tabla 143. Acciones formativas demandas por las empresas a corto plazo. Turismo.

TURISMO	
Administración	Higiene y PRL
Atención al Cliente	Hostelería y Turismo
Camarista	Idiomas
Coaching empresarial	Informática
Comercial y ventas	Legislación aplicada a la digitalización
Contabilidad	Mantenimiento
Contratación Pública	Mantenimiento de instalaciones agua
Formación en Hostelería	Nuevas Tecnologías
Formación en TICs	Preparación digital
Frigorista	Técnicas de Venta
Habilidades de Negociación	Ventas y Marketing

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 144. Acciones formativas demandadas por categorías. Mandos intermedios. Turismo.

TURISMO	% MANDOS INTERMEDIOS
Coaching empresarial	22,2%
Contratación Pública	11,1%
Idiomas	44,4%
Informática	11,1%
Nuevas Tecnologías	11,1%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 145. Acciones formativas demandadas por categorías. Directivos. Turismo.

TURISMO	% DIRECTIVOS
Habilidades de Negociación	20,0%
Hostelería y Turismo	20,0%
Idiomas	20,0%
Informática	20,0%
Legislación aplicada a la digitalización	20,0%

Fuente: Elaboración propia.

En los **perfiles de dirección** destacan en porcentajes iguales las áreas de legislación aplicada a la digitalización, negociación, idiomas.

En los **perfiles de mandos** predominan las necesidades de formación en idiomas, Informática y TICS y transformación digital.

Tabla 146. Acciones formativas demandadas por categorías. Técnicos/as. Turismo.

TURISMO	% TÉCNICOS/AS
Contratación pública	25,0%
Formación en TICS	25,0%
Mantenimiento de instalaciones agua	25,0%
Preparación digital	25,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 147. Acciones formativas demandadas por categorías. Operarios/as. Turismo.

TURISMO	% OPERARIOS/AS
Atención al Cliente	11,1%
Formación en Hostelería	11,1%
Formación en TICS	11,1%
Higiene y PRL	11,1%
Idiomas	33,3%
Mantenimiento	11,1%
Técnicas de Venta	11,1%

Fuente: Elaboración propia.

En los **perfiles técnicos y de base operativa** se incide en mayor medida en formación más específica según las áreas (ventas, mantenimiento, etc.) pero también se mantiene el eje clave de los idiomas y aparece como área relevante formación de sensibilización y preparación de la digitalización.

Tabla 148. Acciones formativas demandadas por categorías. Administrativos. Turismo.

TURISMO	% ADMINISTRATIVOS
Administración	7,1%
Comercial y Ventas	7,1%
Contabilidad	7,1%
Contratación Pública	7,1%
Frigorista	7,1%
Idiomas	7,1%
Informática	14,3%
No específica	7,1%
Nuevas tecnologías	7,1%
Técnicas de Venta	7,1%
TIC	7,1%
Ventas y Marketing	14,3%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 149. Acciones formativas demandadas por categorías. Otros perfiles. Turismo.

TURISMO	% OTROS PERFILES
Camarista	11,1%
Comercial y ventas	11,1%
Comerciales- manejo de herramientas informáticas	11,1%
Idiomas	44,4%
No específica	22,2%

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en **perfiles administrativos** y en la categoría de **otros perfiles**, la diversidad de áreas y acciones formativas es mayor, si bien destaca la formación en áreas informática y ventas y marketing y en otros perfiles, el predominio de idiomas.

B. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En las entrevistas realizadas los informantes clave consultados desde diferentes perspectivas de participación en la dinamización de la actividad del sector muestran una elevada coincidencia a la hora de estimar que el sector estaba inmerso, ya antes de la crisis del Covid-19, en grandes cambios en los modelos de negocio. Se han abierto nuevas líneas de negocios atendiendo a las demandas de los clientes, con lo cual se evidencia la necesidad de revisar la oferta formativa actual para responder a las nuevas competencias que requieren los perfiles profesionales clave del sector en sus diferentes ramas de actividad y enfocarla desde un punto de vista global, transversal e integral para que los trabajadores/as y personas que acceden al sector reciban formación sobre la visión global de negocio, y no solo áreas específicas de trabajo.

Visión global de las necesidades de formación.

Al contrastar las opiniones emitidas por entrevistados a través de las diferentes técnicas, se evidencia que las mayores necesidades de formación corresponden a áreas técnicas relacionadas con el puesto y a los temas más prioritarios de servicio al cliente, tecnología de la información y las comunicaciones e idiomas. Se refieren a necesidades específicas de formación en competencias blandas o competencias específicas de los puestos.

“El tema de los idiomas es una formación clave y aunque hay oferta la realidad es que no se accede quizás porque la oferta no es atractiva para los usuarios, pero es evidente que no se está resolviendo este talón de Aquiles tanto del comercio como el turismo...”

Empresa sector turismo

“El otro tema importante es adquirir competencias en nuevas tecnologías, que van muy rápido, es necesario renovar la oferta de FPE y reglada en estos campos”.

Centro de formación

“Los perfiles que menos carencias formativas presentan son aquellos que se dedican a las actividades de cocina. Por el contrario, aquellos que presentan mayores carencias son los camareros y personal de sala”.

Experto sectorial

También se apunta la necesidad de potenciar contenidos formativos dirigidos directamente a un turismo más especializado: cultural, gastronómico, enológico, de ocio, rural, de personas mayores, deportivo, de bienestar, etc., mediante, por ejemplo, nuevas combinaciones de cursos y especializaciones, favoreciendo un modelo híbrido de contenidos, tales como vincular habilidades tradicionales de la hostelería con la salud o con el deporte.

En el ámbito de intermediación y agencias de viajes se menciona la necesidad de promover perfiles con formación y enfoque de servicio: gestor de agencias de viajes con idiomas (gestión de reservas y reclamaciones, plan de marketing local). Perfiles versátiles con conocimientos en nuevas tecnologías y difusión de la información.

Competencias específicas en las que es importante que las personas que acceden al sector o que desarrollan su actividad profesional en el sector reciban formación, para adaptación o mejora profesional.

Competencias técnicas por área profesional

Planificación turística

- ▶ Planificación turística sostenible. Coherencia con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).
- ▶ Gestión de áreas protegidas y ecoturismo.
- ▶ Gestión y salvaguarda del patrimonio.
- ▶ Gestión pública del turismo.
- ▶ Gestión de playas turísticas.
- ▶ Manejo Integrado de Zonas Costeras.
- ▶ Tecnología: Aprovechamiento de redes sociales, Geolocalización y Aplicaciones para móviles.

Alojamiento

- ▶ Gestión de calidad en la hotelería.
- ▶ Operación turística.
- ▶ Organización de eventos.
- ▶ Nuevos canales para la promoción y venta de productos.
- ▶ Idiomas
- ▶ Servicio al cliente de calidad
- ▶ Seguridad Alimentaria.
- ▶ Mantenimiento general de edificios
- ▶ Revenue management/Yield management
- ▶ Nuevas tecnologías aplicadas al subsector de alojamiento
- ▶ Técnicas de marketing y marketing digital (e-commerce, desarrollo de negocio a nivel digital: estrategia digital, posicionamiento de marca y redes sociales)

- ▶ Herramientas de administración y gestión integral de hoteles y alojamientos turísticos
- ▶ Responsabilidad social corporativa

Restauración

- ▶ Gestión económica financiera y contable para restauración
- ▶ Conocimiento en servicios especiales para franquiciados
- ▶ Desarrollo de nuevos productos
- ▶ Manipulación de alimentos
- ▶ Elaboración de preparaciones y productos de cafetería
- ▶ Procesos de calidad
- ▶ Herramientas de administración y gestión de bares y restaurantes
- ▶ Gastronomía tradicional canaria
- ▶ Alta cocina

Agencias de viajes

- ▶ Administración y gestión de agencias de viajes
- ▶ Marketing y marketing digital
- ▶ Servicio al cliente, idiomas, tecnología y gestión
- ▶ Nuevas tecnologías para alcanzar
- ▶ Plena capacidad transaccional de los canales online

Competencias transversales

La demanda de formación por subactividad económica presenta algunos elementos transversales, comunes para todas como lo son la formación en servicio al cliente, idiomas, la tecnología y competencias blandas como la gestión de los conflictos y la resolución de problemas, la iniciativa y la creatividad, la planificación, la organización y el control.

Alojamiento: Requieren formación en servicio al cliente, desarrollo de servicios o experiencias, idiomas, tecnología.

Restaurantes: Requieren formación para su personal en servicio al cliente, idiomas, gastronomía.

Las agencias de viaje y tour operadores: presentan la mayor necesidad en áreas de idiomas, servicio al cliente.

Las empresas de otras actividades incluido el Ocio, requieren formar el personal en idiomas y servicio al cliente

7.

Conclusiones y recomendaciones

7.1. Conclusiones y recomendaciones del análisis económico empresarial. Previsión impacto COVID 19

7.2. Conclusiones y recomendaciones del análisis del empleo y perfiles profesionales

7.3. Conclusiones y recomendaciones del análisis de la situación y prospectiva de la formación

7.

Conclusiones y recomendaciones

En este apartado se recoge la síntesis de las principales conclusiones obtenidas del estudio que permiten poner en valor el trabajo de recopilación de información, contraste con actores sectoriales y análisis desarrollado que sirve para dar respuesta a los objetivos del estudio, así como para formular de manera enunciativa recomendaciones y posibles líneas de actuación a tener en cuenta por los agentes públicos y privados implicados en la formulación de las políticas de reactivación económica, políticas activas de empleo y desarrollo de la formación en Canarias.

Las conclusiones y recomendaciones o propuestas se han estructurado con arreglo a los tres ámbitos de análisis del estudio:

- ▶ Caracterización y prospectiva **económico-empresarial** de los sectores tradicionales con mayor peso en la economía canaria.
- ▶ Caracterización y prospectiva del **empleo y los perfiles profesionales** de los sectores tradicionales con mayor peso en la economía canaria.
- ▶ Caracterización y prospectiva de la **oferta y demanda de formación** relacionada con los sectores tradicionales con mayor peso en la economía canaria.

En este sentido, queremos reiterar el planteamiento mencionado en la presentación de este estudio en cuanto a la plena vigencia de las conclusiones y el marco de ideas y líneas de actuación que se proponen en el presente informe que pueden adquirir, en el nuevo escenario post Covid-19 de reactivación de la actividad económica, empresarial y laboral, mayor relevancia si cabe para apoyar las estrategias de actuación encaminadas a la recuperación económica y empresarial, a la reducción del impacto negativo en el empleo y para abordar los problemas y retos principales en la creación de empleo en el nuevo escenario al que nos enfrentamos, así como, para mejorar la planificación y coordinación de los sistemas de educación y formación con el fin de orientarlos a las necesidades de cada sector, como a las nuevas necesidades y modalidades surgidas de la crisis del Covid-19 (impulso de la formación en entornos virtuales), en orden a asegurar la calidad y adecuación de las ofertas formativas así como garantizar la cobertura de las nuevas necesidades del sector empresarial, el mercado de trabajo y el desarrollo de la economía canaria.

7.1. Conclusiones y recomendaciones análisis económico-empresarial. Previsión de impacto del covid-19

Nuevo escenario de recesión económica generado por la crisis del Covid-19

Si bien como se ha argumentado a lo largo del presente estudio los diferentes escenarios más optimistas o negativos de impacto económico y en el empleo derivados de la crisis del Covid-19 van a depender de las medidas que se adopten a nivel global, nacional y específicamente a nivel local (Canarias), la realidad es que a medida que avanzan las semanas se van confirmando los escenarios de impacto más severo en los indicadores macroeconómicos, empresariales y de empleo.

Así a fecha de cierre de este informe se conocían los datos oficiales de caída del PIB nacional, el INE confirma los peores pronósticos, de la crisis sanitaria por la pandemia a la crisis económica, el Producto Interior Bruto se hundió entre enero y marzo un 5,2%, una caída sin precedentes en la historia reciente. Habría que remontarse a mediados del siglo pasado, a la Guerra Civil y los años siguientes, para encontrar un dato similar utilizando cálculos de historiadores especializados. El mayor desplome trimestral conocido en los últimos tiempos se corresponde con el del primer trimestre de 2009, cuando en la economía española se produjo un desplome de un 2,6% del PIB.

Como se ha argumentado en el presente estudio es previsible que la magnitud negativa de este cuadro macroeconómico se traslade con máxima virulencia al contexto de la economía canaria debido al peso tan fuerte de los sectores más afectados por la crisis: en particular, el sector de hostelería y turismo, el comercio y el transporte (sobre todo en el transporte de pasajeros).

Consideramos oportuno mencionar la radiografía que se recoge en el documento DECLARACIÓN INSTITUCIONAL DEL PACTO PARA LA REACTIVACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA DE CANARIAS respecto a las proyecciones del impacto del Covid-19 en la economía canaria:

“Una breve actualización del impacto que la crisis del Covid-19 está teniendo en las principales magnitudes y sectores de la economía canaria pone de relieve que, debido a nuestra alta especialización en sectores afectados por la suspensión de actividades impulsada por el Real Decreto de Estado de Alarma, a lo que se le suma el hecho significativo de que la incidencia ha recaído en plena temporada alta turística en Canarias, provoca que la intensidad del impacto socioeconómico en nuestro territorio sea claramente superior al de otras Comunidades Autónomas españolas, lo que justificaría la adopción de medidas específicas de apoyo a nuestro archipiélago. La información estadística que empezamos a acumular desde que se declarase el Estado de Alarma no hace más que corroborar las previsiones adelantadas entonces. La crisis sanitaria, y su manifestación a nivel global en forma de shocks de demanda y de oferta, han repercutido con especial virulencia en la economía canaria, muy dependiente del exterior y con una estructura productiva muy concentrada en la actividad turística.

Desde el Centro de Predicción Económica (CEPREDE), entre el 23 de marzo y el 15 de abril se ha pasado de estimar una contracción del PIB para Canarias del 2,1% en 2020, a cuantificar dicha caída en una tasa que se mueve entre el 6%- 8%. Dentro de las actividades con mayor presencia en la economía canaria, los efectos más elevados se producen, siempre según las estimaciones de CEPREDE, en la hostelería, con un intervalo de impacto en la actividad, y para el conjunto del año, entre el -14,3% y el - 21,4%. El comercio también se ve muy afectado con descensos entre el -4,9% y el -7,4%. Considerando los efectos directos e indirectos estimados por Exceltur para el sector turístico, se apunta una contracción de la ocupación de entre un 16% (138.000 puestos de trabajo) y un 22% (182.000 puestos).

El ISTAC también ha avanzado algunas simulaciones, con una metodología diferente. Nuevamente son tres los escenarios planteados, en función del confinamiento y su posterior desescalada, así como la fecha de apertura de las actividades afectadas por el decreto de alarma, el restablecimiento de las conexiones aéreas y la apertura de los establecimientos turísticos y de ocio. Según el Instituto, la caída del PIB canario para 2020 oscilará entre el 20,4% y el 32,3%.

En definitiva, si construyéramos un índice de vulnerabilidad de las diferentes Comunidades Autónomas españolas frente a las consecuencias que, sobre la economía y el empleo, ha generado el Estado de Alarma y la suspensión de actividad económica que el mismo ha impuesto, obtendríamos que, por especialización sectorial (peso de las actividades de alojamiento y servicios de comidas y bebidas) y por la relevancia estacional del momento en que ha llegado la crisis, coincidente con el final de la temporada alta turística, Canarias aparecería de forma destacada como la comunidad española más afectada por las consecuencias económicas del COVID-19, y por ello requiere de medidas reforzadas para combatirlo". (Declaración institucional del Pacto para la Reactivación Social y Económica de Canarias. 1 mayo 2020)

Con este panorama, a continuación, presentamos las principales conclusiones derivadas de la prospectiva económica-empresarial obtenida del análisis realizado en el estudio en cada uno de los sectores tradicionales y de las proyecciones que se vislumbran a corto plazo como consecuencia de la crisis del Covid-19.

Asimismo se presenta la propuesta de posibles medidas a poner en marcha a escala sectorial que se han planteado a nivel nacional en el informe "Estrategia España para la recuperación de la crisis del Covid-19" elaborado por CEOE con la colaboración de Deloitte y ESADE y a nivel específico de Canarias en un documento elaborado por la Confederación Canaria de Empresarios (CCE) y la CEOE de Tenerife de manera conjunta para paliar los severos efectos de la crisis, así como una batería de posibles recomendaciones en cuanto a líneas de actuación surgidas del análisis de los resultados del estudio y aportaciones realizadas por los diversos segmentos de opinión de los sectores tradicionales que han participado en el estudio.

A escala nacional la CEOE ha presentado " la Estrategia España para la recuperación de la crisis del Covid-19" que se apoya en una combinación de un enfoque defensivo, de mitigación de riesgos existentes, preservación del tejido productivo y recuperación de la actividad, en especial, de los sectores más afectados; con un enfoque proactivo, de identificación y desarrollo de palancas y elementos tractores que jugarán un papel clave en la adaptación y el crecimiento del conjunto de la economía en un entorno coyuntural y estructural distinto y complejo a nivel nacional e internacional.

A *corto plazo* se plantea que es prioritario preservar y fortalecer el tejido empresarial, la prioridad más urgente e inmediata debe ser preservar al máximo la estructura productiva de nuestra economía, como ya han empezado a hacer los países de nuestro entorno para minimizar los efectos de esta crisis; y ayudar a los colectivos más afectados y/o vulnerables.

A *medio plazo*, necesitamos hacernos más competitivos, modernizar nuestro tejido productivo, para asegurar el crecimiento. Esta crisis va a provocar cambios en la sociedad, que tendrán efectos a medio y largo plazo, y conducirán a una transformación de la economía. Es fundamental compatibilizar el enfoque defensivo anterior de conservación y recuperación del tejido empresarial existente, con un enfoque proactivo de futuro, apoyando los esfuerzos de recuperación con el apoyo a los sectores en su proceso de adaptación a los cambios estructurales que pueden tener lugar, anticipándose a los mismos y desarrollando nuestras fortalezas como elementos tractores del proceso.

En este escenario a medio plazo se plantean como ejes de actuación clave:

Desarrollar un modelo de relación más digital a todos los niveles, tanto desde el sector público como el sector privado. El teletrabajo, el comercio electrónico, la educación y el ocio a distancia están aquí para quedarse.

Es obligado intensificar y potenciar estratégicamente las actividades de I+D+I como palanca de competitividad empresarial, tal y como ha puesto de manifiesto esta crisis sanitaria. Las Administraciones Públicas deben asumir un mayor liderazgo, tanto promoviendo una mayor inversión pública y privada en I+D+I, como facilitando una colaboración eficiente entre los distintos actores. El protagonismo de las grandes empresas como elementos tractores del ecosistema nacional innovador es incuestionable, pero ha de cuidarse también a las PYMES para que no queden relegadas.

España va a vivir un proceso de transformación y se necesita modernizar y adaptar nuestra economía a 5-10 años vista, para lo que se requiere:

- ▶ **Reactivar la industria, mediante un paquete de medidas que se refuercen entre ellas y que apuesten por el crecimiento de alto valor.**
- ▶ **Continuar con la transición energética, favoreciendo la progresiva descarbonización y fomentando las energías renovables y la mejora de la eficiencia energética**, así como todas aquellas tecnologías que posibiliten alcanzar la neutralidad de emisiones en el horizonte marcado, con el apoyo de señales económicas correcta.
- ▶ **Replantear las políticas de empleo en el marco del diálogo social** con el objeto de detectar necesidades de orientación y de formación que permitan la mejora de la empleabilidad de las personas trabajadoras y dar satisfacción a las necesidades del mercado laboral. Con esta finalidad, se deben implementar estrategias de impulso a la educación (Formación Dual y formación a distancia) y de las empresas como motor de la formación profesional. Para ello se debe mantener el destino y finalidad de los fondos de formación como herramienta fundamental de regeneración y promoción de nuevos empleos.
- ▶ **Promover la exportación y la inversión extranjera, con políticas económicas de mejora de competitividad y con programas de ayuda a la exportación.**

(Informe “La Estrategia España para la recuperación de la crisis del Covid-19”. CEOE 4 mayo 2020”)

SECTORES DE COMERCIO Y TRANSPORTE

Teniendo en cuenta la estrecha vinculación y conexión de las actividades comerciales y de la logística y el transporte se considera pertinente realizar una aproximación conjunta a la cadena de valor de la distribución comercial ya que los efectos e impactos de la crisis se van a trasladar a las diferentes actividades de comercio, logística y transporte.

A. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA Y TENDENCIAS SECTOR COMERCIO

El sector comercio, a nivel general, es uno de los más perjudicados. Si bien los hoteles y restaurantes reciben en forma directa el impacto de la parálisis del turismo, en general todos los comercios, excepto los supermercados, se encuentran prácticamente cerrados desde hace casi dos meses y el avance del calendario de desescalada de apertura y movilidad plantea fuertes restricciones para el ingreso del público en el sector comercial, de manera muy progresiva y en condiciones que imposibilitan la viabilidad de gran parte de los negocios de manera más acusada del pequeño comercio.

Además, en el caso de Canarias debemos tener en cuenta que los factores diferenciales que explican su fuerte dependencia del sector turístico y la importancia del comercio en el archipiélago: la división del mercado canario en siete mercados insulares, la insuficiencia de la producción canaria para abastecer las necesidades de la población, por lo que es necesario importar la gran mayoría de los artículos, la situación estratégica, que convierte al archipiélago en un punto de escala de muchas rutas comerciales mundiales y la importancia del turismo internacional.

La radiografía de la situación y tendencias de evolución del sector de comercio se puede resumir en las siguientes coordenadas:

- ▶ Segmentación y polarización del sector con un crecimiento significativo de las grandes empresas frente a fuerte reducción del pequeño comercio tradicional.
- ▶ Mejora del nivel de productividad de las actividades del sector que se venía observando en el periodo anterior a la crisis del Covid-19
- ▶ Tendencia de fuerte concentración sectorial con alguna diferencia a nivel provincial.
- ▶ Incidencia de la actividad del sector en otros sectores de la economía canaria. Potenciar la interdependencia con el sector turístico.
- ▶ Estrategia de Especialización la multicanalidad y encontrar un nicho adecuado clave en el crecimiento del sector y la supervivencia de comercio minorista.
- ▶ Potenciar planes y medidas de apoyo a la revitalización del comercio minorista y la modernización del sector.
- ▶ Importancia clave de la tecnología y los procesos de transformación digital y el impacto del comercio online.
- ▶ Necesidad de hacer frente a la falta de relevo generacional en la gestión de negocios familiares.

Necesidad de reducir la polarización del sector entre el comercio tradicional y los nuevos modelos de distribución comercial.

Nuevos hábitos de compra. Cliente más informado y exigente. Se hace fundamental para las empresas estudiar y conocer a la perfección el proceso de compra por el que pasan sus clientes, a través de herramientas como Mapa de Experiencia del Cliente, que permita identificar los momentos del proceso donde aumenta y disminuye la satisfacción del cliente.

De la multicanalidad a la omnicanalidad. Y de la omnicanalidad a la “estrategia channel-less”. La marca estará presente en todos los canales, de forma coherente y proyectando una imagen similar, pero el consumidor debe percibir que no se está moviendo entre varios canales, ya que éstos están fuertemente integrados, impidiendo distinguir cuándo se sale de uno para entrar en otro.

B) CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA Y TENDENCIAS DEL SECTOR DE TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO.

Importancia estratégica del sector de transporte en Canarias

El sector de transporte y almacenamiento tiene un papel fundamental no solo como motor de la conectividad insular y por apoyar al desarrollo de otros sectores que representan un considerable peso productivo de la economía canaria sino por contribuir a hacer la economía más competitiva.

En un entorno globalizado, donde el número de operaciones comerciales es cada vez mayor, el sector de transporte y almacenamiento aumenta el potencial de crecimiento de la actividad, máxime teniendo en cuenta la contribución del sector a la riqueza insular, ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos 5 años medido como valor añadido bruto (VAB), tras el estancamiento sufrido en el periodo precedente.

Resulta compleja la caracterización del sector

En la elaboración del estudio se ha encontrado dificultades a la hora de dimensionar el sector de transporte y almacenamiento por varios factores:

- ▶ Por una parte, existen características propias del sector de transporte y almacenamiento como la multiespecialidad, operadores del sector transporte que desarrollan su actividad mediante el uso de diferentes modos de transporte, y la subcontratación que dificultan la caracterización total del sector.
- ▶ Por otra parte, destacar la multitud de fuentes de informaciones a nivel macroeconómico, empresarial y social poco homogéneas que no permiten aportar una información precisa sobre la caracterización del sector de transporte y almacenamiento, en general a nivel nacional, y por dificultades añadidas a nivel de desagregación de información, con mayor incidencia a nivel regional.
- ▶ El sector tiene una acusada heterogeneidad interna, lo que dificulta su estudio. Además, las empresas del sector han evolucionado durante los últimos años hacia la ampliación de su gama de servicios a sus empresas cliente como forma de expandirse, ofertando actividades de mayor valor añadido, prestando servicios integrales de logística, incluyendo todas las actividades relacionadas con su cadena de valor.

- **Peso del sector:** difícil de precisar a partir de los datos estadísticos. La información facilitada por el INE no permite obtener una imagen precisa respecto a la cuantificación del sector.

Importancia clave de las tecnologías y la transformación digital en el desarrollo del sector

La logística crea un puente entre el suministro y la demanda que puede reducir costes de almacenamiento, de inventario, de tiempos de entrega; en definitiva, se busca ser más competitivo en el mercado del producto o servicio. Las nuevas tecnologías y el uso de las TICs son esenciales para la gestión. El futuro del sector va ligado a la aplicación de las nuevas tecnologías.

Adaptación del sector a las demandas de los consumidores/clientes

En opinión de las empresas y organizaciones entrevistadas el sector se adapta actualmente a las necesidades de los clientes, ya que se ha extendido la implementación de mecanismos como el seguimiento informático del estado del envío de las mercancías que ha favorecido este ajuste a las necesidades de los clientes.

Externalización de etapas de la producción o distribución

Las actividades de distribución suelen subcontratarlas con segundas empresas. El sector está muy profesionalizado y especializado, propiciando que las actividades que no saben realizarlas correctamente sean externalizadas a segundas empresas, con las que se crean vínculos de colaboración.

El papel de las administraciones públicas. Modelos colaborativos entre el sector y la administración

Por parte de las empresas del sector y agentes sociales se demanda la necesidad de incrementar la comunicación y colaboración activa con las administraciones públicas, en materia de regulaciones normativas y desarrollo de infraestructuras para el sector, facilitando mecanismos que permita hacer llegar las mejoras que pueden ser necesarias para un mejor funcionamiento del sector.

Retos a los que el sector tiene que hacer frente

Se estima que los futuros retos del sector pasan por potenciar la profesionalización, la especialización, la integración del transporte y la logística como modelo integral y la internacionalización.

Teniendo en cuenta algunos de los cambios y mejoras producidas en los últimos años, y con las previsiones de evolución en los próximos, las expectativas del sector deben ser tendentes a incrementar su presencia en el territorio, dado su gran recorrido de crecimiento, siempre y cuando sea capaz de afrontar los siguientes retos:

- ▶ **Mejora de la competitividad de las empresas de transporte y almacenamiento:** favoreciendo modelos colaborativos entre las pymes, la mejora de la profesionalización del sector (incrementando la inversión en métodos de organización, tecnologías y en formación) y la especialización sectorial según el crecimiento de la demanda.
- ▶ **Reparto modal del transporte de mercancías más equilibrado:** promover la multimodalidad y comodalidad para utilizar cada modo de transporte para aquello para lo que es más útil, coordinando los diferentes medios de los que disponemos de la mejor manera. Se trata de colaborar en vez de competir, de buscar sinergias para reducir tiempos y costes, para ser más eficientes y proporcionar a las empresas la competitividad que necesitan.
- ▶ **Impulso de la intermodalidad y multimodalidad:** requiere mecanizar y agilizar las operaciones de cambio de modo de transporte reduciendo los tiempos, costes y riesgos adicionales con respecto a los transbordos con manipulación de carga y potenciación de las plataformas logísticas ligadas a las cadenas multimodales.
- ▶ **Mejora del grado de penetración de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) y el camino hacia la transformación digital.** La tecnología en los últimos años ha pasado a tener un papel determinante para la supervivencia y el desarrollo en las industrias. Este desarrollo vertiginoso afecta a toda la cadena de suministro. Es aquí donde la logística se constituye como una de las piezas fundamentales para superar los retos en el porvenir del negocio.

Todos los procesos relacionados con la gestión del transporte y almacenamiento pueden modificarse y simplificarse mediante la implantación de herramientas especializadas, permitiendo obtener márgenes de mejora. Las distintas aplicaciones que ofrece las tecnologías a las operaciones de transporte y almacenamiento de las empresas tienen que ser cada vez más frecuentes, permitiendo mejorar los procesos, automatizando partes del proceso que hasta ahora han sido manuales y ofreciendo un mayor control y visibilidad sobre los resultados. Sin embargo, el sector denota falta de conocimiento sobre cómo las TICs pueden mejorar su gestión.

Asimismo, del estudio se deduce que el sector tiene un nivel de avance importante en el camino hacia la transformación digital, no cabe duda de que la omnicanalidad y las exigencias de los clientes finales, han hecho que todas las actividades y empresas que forman parte de la cadena de suministro avancen de manera importante hacia la digitalización hacia la incorporación de tecnología en sus procesos, pero sigue siendo necesario un mayor impulso.

De los diferentes procesos de transformación digital que las empresas de transporte están llevando a cabo destacan por encima de todos los de renovación de equipos digitales, implantación de sistemas de gestión ERP y los de utilización de tecnologías móvil.

Avance de la omnicanalidad que supone para los productores y distribuidores una mayor complejidad. Las necesidades de los clientes aumentan y las empresas se ven obligadas a innovar en sus estrategias y mejorar la rapidez en las entregas de sus productos.

- ▶ **Hacia un transporte cada vez más verde y sostenible.** Cada vez es mayor la exigencia y la necesidad de que las empresas se impliquen en la reducción de la contaminación y en la disminución de la huella de carbono. La sostenibilidad corporativa y la logística y el transporte verde constituyen uno de los indicadores claros que identifican a una empresa con responsabilidad corporativa.

Impacto estimado de la crisis del Covid-19

El sector del transporte representa cerca del 4% del PIB nacional y contribuye con 800.000 empleos. Este sector contempla un abanico amplio de segmentos de actividad con afectaciones muy diversas, siendo especialmente importante el impacto en el segmento de pasajeros por su vinculación al turismo, así como su papel fundamental en los procesos logísticos para la industria, el comercio y la exportación.” (CEOE Estrategia España para la recuperación de la crisis covid-19. mayo 2020)

En el ámbito de Canarias y en cuanto a las actividades de transporte aéreo y por carretera para visibilizar la situación del transporte general en el informe se ha presentado la tabla, realizada por la CCE y la CEOE Tenerife, donde se visualiza claramente la deriva del sector y la situación de su actividad a fecha de 14 de abril que ha ido empeorando en las últimas semanas de abril.

Tabla 150. Situación de actividad del sector Transporte. Abril 2020. Canarias.

MODALIDAD DE TRANSPORTE	PORCENTAJE DE ACTIVIDAD (12/04/2020)
Transporte escolar	0%
Transporte turístico	0%
Transporte discrecional general	0.1%
VTC	0%
Transporte regular de viajeros	10% (La limitación legal es una oferta del 30% con un uso de 1/3 de las plazas)
Taxi	10%
Alquiler de vehículos sin conductor	0.1%
Transporte de mercancías productos esenciales (supermercados, servicios sanitarios, etc.)	70%
Transporte de materiales y maquinaria de construcción	0%
Transporte de otras mercancías	25%
Servicios de reparto a domicilio	70%
Transporte sanitario	100%

Fuente: CCE y CEOE Tenerife.

En las próximas fases de la desescalada se mantendrá el control sobre los desplazamientos, se prohibirán las aglomeraciones y los viajes seguirán muy limitados, lo que alarga la crisis del transporte de pasajeros y aumenta la incertidumbre sobre su reactivación y recuperación de la demanda, ejerciendo más presión sobre su liquidez y capacidad de supervivencia. Solamente tres partidas: personal, combustible y financiación de la renovación de flota, representan más del 85% de los costes, y las tres precisan de tesorería suficiente para hacerles frente y mantener vivas las empresas. (Informe: Medidas propuestas por las confederaciones canarias para combatir el impacto del coronavirus en canarias. CCE y CEOE Tenerife abril 2020).

C. PROPUESTAS DE MEDIDAS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Desde la Comunidad Autónoma de Canarias, se han presentado propuestas, concretamente de la mano de la Confederación Canaria de Empresarios y de la CEOE de Tenerife, para intentar paliar la situación a corto y medio plazo, entre las que destacamos la flexibilización de las condiciones de las CCAA para emplear fondos derivados del superávit, para así poder reactivar la economía en este periodo de desaceleración, ya que esta caída en el consumo y la producción pueden tener unos efectos difíciles de amortiguar.

La propuesta cuenta, con la utilización de fondos extra creados por los sectores, que por su desempeño anterior han creado superávit, por lo que resulta lógico poder reutilizar el excedente para intentar estimular la economía de los sectores que lo produjeron.

Medidas sector Comercio

Desde la CCE y la CEOE Tenerife se proponen medidas para intentar paliar los efectos de la crisis sanitaria:

- ▶ Carencia total durante un año para los negocios concesionarios, como los quioscos urbanos.
- ▶ Creación de un sistema de ayudas para el pago de los alquileres de los locales.
- ▶ Apoyo a la creación y al desarrollo de actividades digitales enfocadas a la venta online, fidelización y entrega a domicilio.
- ▶ Afianzar una línea de actuación para la dinamización de la ciudad.
- ▶ Mantener la línea de subvención para la dinamización comercial en las Zonas de Comerciales Abiertas prevista para 2020, ante la necesidad de reactivar la economía y asegurar la actividad de estas.

Medidas en las actividades de distribución comercial

Los problemas derivados directamente de la ruptura lógica de las cadenas de producción, debido a los efectos del confinamiento y la temporal paralización de la actividad comercial en todo el país, requieren de medidas especiales de reactivación. Nuevamente, desde la CCE y la CEOE Tenerife, se presentan una serie de medidas que van acorde a las necesidades del sector, para evitar la ruptura total dentro de la cadena de producción, y con el fin de evitar la parada total de la actividad:

- ▶ Habilitación de días y horarios especiales de los servicios de inspección y control de mercancías.
- ▶ Suprimir los controles para aduaneros para mercancías perecederas y de primera necesidad.
- ▶ Mejorar las conexiones marítimas debido a la condición de archipiélago de las islas Canarias.

- ▶ Medidas de apoyo fiscal. Reconsideración del pago de impuestos. Pagos a cuenta del Impuesto Sobre Sociedades e IGIC, y ampliación de plazos para el pago de los impuestos de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados y de Sucesiones y Donaciones.
- ▶ Medidas de financiación de las operaciones para el supuesto de paralización de la actividad.
- ▶ Flexibilidad por la administración pública para los casos de contratos públicos de suministros que puedan verse afectados. Entrega de vehículos en fecha o contratos de servicios de mantenimiento de la flota pública contratada con las empresas.
- ▶ Suspender o, en su caso, establecer una moratoria general sobre la obligación de quienes deben suministrar material o productos a terceros, incluida la Administración en contratos de obras, de suministros y de servicios, por causas no imputables a ellos debido a la parálisis de suministros que existe en el comercio internacional.
- ▶ Rebaja de los tipos del IGIC aplicable al sector del alquiler de vehículos asimilándolo a cualquier servicio vinculado al turismo como puede ser el mismo tipo que tienen los hoteles o, en todo caso, el mismo que se nos aplica en la compra del vehículo.
- ▶ Reducción de tasas portuarias y aeroportuarias vinculadas a la actividad económica y comercial, así como de gestión de espacios para la actividad del rent a car, debido a la menor demanda de viajeros.

Medidas en el ámbito del transporte terrestre

- ▶ Dotación de liquidez a las empresas mediante el abono de compensaciones económicas por la suspensión temporal o parcial de los contratos públicos.
- ▶ Aplazamientos sin intereses de impuestos y cuotas a la Seguridad Social.
- ▶ Moratoria en las mensualidades de contratos de adquisición de flota.
- ▶ Agilización de pagos comprometidos por las administraciones públicas.
- ▶ Facilitar la paralización de gastos fijos de las empresas (pólizas de seguros, impuestos locales, tarjetas de transporte, etc.).

Medidas en el ámbito del tráfico portuario

En el ámbito de la operativa portuaria se realizan las siguientes propuestas:

- ▶ La exención de las tasas portuarias en general, de amarre, atraque, ocupaciones y señalización para todos los barcos, y mantener esta exención por un periodo de al menos 6 meses desde que comience de nuevo la actividad en situación de normalidad.
- ▶ Exención de pago de cánones por concesiones y ocupaciones.
- ▶ Facilitar la obtención de las exenciones de Practicaje para el futuro.
- ▶ Reducción a las navieras de Gastos de estiba y Desestiba de mercancía que es para abastecimiento.

- ▶ Pago del coste de combustible a partir de la publicación del estado de alarma (sábado 14 de marzo).
- ▶ Exención de tasas al pasajero y carga, reducir las para fomentar el viaje al reducir precios, por un periodo de al menos 6 meses desde que comience de nuevo la actividad en situación de normalidad.

SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

A) CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA Y TENDENCIAS DEL SECTOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO.

La hostelería y el turismo como sector estratégico de la economía canaria. Características estructurales y complejidad del sector.

- ▶ Tal y como se ha puesto de manifiesto el turismo es el principal sector de la economía canaria, a la que contribuye con un 35% del PIB. El PIB Turístico de Canarias alcanzó los 16.099 millones de euros, elevándose su contribución a la economía al 35,0% en 2018. Este resultado refleja, a su vez, que el sector turístico canario ostenta una contribución notablemente superior a la ejercida por esta actividad en el conjunto de la economía nacional, donde supone, según la Contabilidad Regional del INE, el 11,2% del PIB.
- ▶ La aportación del turismo en las Islas Canarias también es evidente en términos de empleo. Concretamente el turismo generó 343.899 puestos de trabajo en 2018, lo que representa el 40,4% del total del empleo de toda la comunidad en ese mismo año, según los resultados del Estudio IMPACTUR Canarias.
- ▶ Su carácter estratégico no sólo se basa en su papel central en el sistema económico y como motor del mercado laboral, sino también en su transversalidad y gran efecto de arrastre y multiplicador sobre el resto de las actividades productivas, además de impulsor de la cohesión y el equilibrio territorial por su extensión sobre el conjunto de la economía del país.
- ▶ La heterogeneidad de sectores que componen la cadena de valor del turismo y la importancia que en términos cuantitativos ostenta en las cifras de empleo la restauración, condiciona los rasgos del empleo atribuido al sector en su conjunto.

Prospectiva de la tecnología aplicadas a cada actividad y aplicadas a los destinos.

- ▶ Las nuevas tecnologías están penetrando de manera importante e irreversible en todas las actividades relacionadas con el Turismo, y continuará en los próximos años de manera aún más importante.
- ▶ Desde el punto de vista empresarial, existe una brecha digital muy importante entre las grandes empresas y las pymes, las tecnologías se irán incorporando poco a poco en empresas medianas y pequeñas de forma natural en el proceso de conversión digital y a la velocidad que el capital empresarial y la realidad del país le permita. No obstante, hay que tener en cuenta que más del 60% de las empresas que participan en el sector de hostelería y turismo son micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales no disponen de recursos de capital para realizar una transformación digital.

- ▶ De acuerdo con la evolución del turismo hacia ambientes 4.0, la tendencia es ir hacia el desarrollo de un turismo inteligente, donde se conecten los consumidores y empresas turísticas a través de plataformas tecnológicas, todo ello a través del desarrollo de Destinos Inteligentes, dando una especial importancia al territorio.

Prospectiva, evolución y tendencias de las exigencias medio ambientales.

- ▶ Las exigencias medio ambientales irán en aumento en los próximos años convirtiéndose en uno de los elementos críticos de desarrollo, junto con la Digitalización. Estas exigencias vendrán marcadas por la necesidad en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos a nivel mundial.
- ▶ Las empresas han incorporado distintas iniciativas de índole ambiental, se proyecta en el corto y medio plazo una mayor adecuación de los procesos operativos y comerciales ambientalmente responsables. El consumidor provocará cambios en los servicios prestados por las empresas, ante sus exigencias de protección e impacto minimizado al medioambiente.

El consumidor exigirá cada vez productos biodegradables, minimizar el impacto negativo de las actividades comerciales en el medioambiente. Tomará mayor relevancia los servicios de excursiones ecológicas, hoteles con enfoque Green, playas certificadas bajo normas ambientales.

Prospectiva, evolución y tendencias relativas al turista.

- ▶ La tendencia en relación con el turista/cliente es su “empoderamiento” en todas las actividades turística, convirtiéndose de manera definitiva en el centro del negocio. El consumo o uso del servicio turístico está cambiando, el consumidor ejerce la autogestión a través de las plataformas digitales y aplicaciones de compra de tickets de traslados, reservas, buscadores, agregadores y desarrollo de pagos electrónicos, disponibles para el turismo.

Prospectiva, evolución y tendencias de los procesos productivos de cada actividad productiva.

- ▶ Los procesos se están transformando sobre todo en las empresas grandes o grupos corporativos con capital para invertir en mejoras continuas e innovación, en las empresas medianas y pequeñas, que son la mayoría en Canarias, el cambio en los procesos ocurre más lentamente, requiriendo apoyo de asociaciones y organismos de la Administración Pública.
- ▶ Los procesos que más están cambiando son los relacionados al entorno digital: la comercialización y promoción de los servicios turísticos, de alojamiento y servicios relacionados; la preparación de alimentos, la entrega de servicios de actividades de ocio y entretenimiento al aire libre. Los temas de control están cambiando hacia controles electrónicos y digitales, uso de robótica aplicada a recepción, procesamiento en restaurantes y hoteles.

Factores de competitividad del sector de hostelería y turismo

La valoración realizada por las empresas sobre los factores que están incidiendo en la competitividad o contexto actual del sector de hostelería y turismo, atribuye el mayor nivel de impacto a los factores de mercado (demanda, competencia, precios, servicios, etc.), factores económicos (costes y productividad), tecnológicos (interno/ externos, Big data, reservas online, etc.), también los cambios en hábitos o modelos de consumo turístico o comportamiento de clientes (formas de reservar o usar los servicios y expectativas de clientes), la disponibilidad y capacitación de recursos humanos y el enfoque de desarrollo sostenible y cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Impacto de la crisis del Covid-19 en el sector

El impacto de la crisis actual del Covid-19 en la actividad económica y en el empleo del sector turístico, si bien aún no se dispone de proyecciones definitivas y precisas, apunta a un proceso muy duro de reestructuración del sector y destrucción de empleo a corto y medio plazo debido al fuerte peso del sector, que es el más afectado por la crisis debido a que será el sector con mayor retraso en la reactivación de la actividad, y que muestra una exposición mayor a los ciclos económicos, dada su correlación con la renta disponible; al mismo tiempo se trata de un sector muy fragmentado y que tiene muchos pequeños negocios y muy intensivos en mano de obra, por lo que se estima que el impacto negativo en el empleo puede ser de enorme calado.

Según datos del informe de IMPACTUR Canarias 2018 Estudio del Impacto Económico del Turismo el turismo representa un 35% del PIB regional y más del 40% del empleo. Por su parte, la hostelería es un sector clave en España, y sus empresas son de reducido tamaño intensivas en empleo, lo que las hace especialmente sensibles ante la caída de ingresos. Desde principios del mes de marzo la actividad se ha parado prácticamente por completo en ambos sectores, reduciendo sus ingresos a cero, y se espera un impacto en la actividad en el 2020 de más del 60% en el volumen de negocio en viajes y hoteles y superior al 45% en restauración frente al 2019.

Todo ello sin olvidarnos que, en los próximos meses, la demanda clave es la extranjera, que no aparecerá, si los aeropuertos siguen cerrados y no hay vuelos u otros medios de transporte marítimo, ferroviario o terrestre, o se carece de criterios uniformes a nivel de la UE, sobre la movilidad transfronteriza o sobre los niveles de seguridad requeridos previamente o en destino, para los europeos que desean viajar.

En este contexto será necesario fomentar el turismo nacional y de residentes y activar diferentes planes y mecanismos de apoyo al sector que contribuyan a paliar los efectos negativos en la actividad económica y en el empleo.

B. PROPUESTAS DE MEDIDAS DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Desde EXCELTUR se ha elaborado y remitido al Gobierno el documento “PLAN RENACER TURISMO” en el que se apunta la necesidad de poner de nuevo en órbita al sector turístico español después de los múltiples quebrantos que ya sufre y seguirá sufriendo este año 2020 lo que va a requerir de la existencia de un plan de ayudas mucho más selectivas y potentes al turismo que las actuales y durante un largo plazo de tiempo.

Por su parte las medidas para paliar esta situación que se proponen en el contexto de Canarias desde la Confederación Canaria de Empresarios y la CEOE de Tenerife son las siguientes:

Medidas urgentes y a corto plazo:

- ▶ Crear campañas de difusión y promoción del destino como destino seguro. Es decir, intentar demostrar la seguridad de los destinos y promocionarlos como tal.
- ▶ Compensación de las pérdidas derivadas de la cancelación de las reservas.
- ▶ Exenciones fiscales. Por descenso de actividad en transporte y alojamiento, así como complementarias del ocio.
- ▶ Compensación de parte de los costes derivados de los confinamientos en hoteles.
- ▶ Puesta en marcha de un Fondo de Desarrollo de Vuelos para impulsar la conectividad de los territorios y apoyar económicamente nuevas rutas aéreas regulares y directas entre los aeropuertos de las Islas Canarias y aeropuertos internacionales.

Medidas a medio plazo

Como estrategia de reactivación en un horizonte a medio plazo se propone abordar un plan de Renovación de zonas turísticas en Canarias que permita arbitrar fórmulas que, además de establecer los medios precisos para apoyar y anticipar la puesta en marcha de la actividad e industria, aprovechen el impasse para tener nuestro destino turístico preparado y convenientemente posicionado en un mercado internacional enormemente herido y que consigan colocar a Canarias como destino seguro.

En este caso, la siempre importante renovación no se trataría solo de mera renovación de establecimientos y de urbanizaciones turísticas, sino que se trata de renovación con la que abordar la imprescindible adaptación de los establecimientos turísticos a la nueva situación sanitaria y las nuevas demandas en “espacios de seguridad” que requieren el incremento de superficie de los espacios comunes, la adecuada sectorización de espacios, la mejora de las zonas comunes e instalaciones complementarias que garanticen la seguridad de los clientes, y la satisfacción de la nueva demanda de incremento de espacios comerciales o de uso complementario abiertos, requerimientos todos ellos que, en definitiva, precisan mayores superficies para atender un menor número de clientes, y que se traduce en la necesidad de mayor edificabilidad y otros parámetros urbanísticos.

Para el desarrollo eficaz de la renovación en el escenario actual, con el compromiso y la necesaria colaboración público-privada, resulta preciso ajustar los objetivos que perseguimos y los medios de que disponemos mediante la adopción de medidas extraordinarias que permitan con carácter urgente el ajuste transitorio de la legislación para la habilitación directa de incentivos para las actuaciones de renovación de establecimientos turísticos y renovación de las urbanizaciones turísticas y que establezca los procedimientos convenientes para garantizar que la obtención de los títulos habilitantes para la ejecución de los proyectos y la efectiva ejecución de los mismos se desarrolle y finalice en el periodo sin actividad del que disponemos.

Parece conveniente comenzar a esbozar opciones cuya habilitación permitiría resolver ágilmente la tramitación necesaria de los instrumentos y títulos habilitantes precisos para abordar la

ejecución de un proceso de renovación de los establecimientos y núcleos turísticos de nuestro archipiélago.

PACTO PARA LA RECONSTRUCCIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA DE CANARIAS

En el actual contexto resulta imprescindible abordar los procesos de concertación necesarios para impulsar un Pacto para la reconstrucción social y económica de canarias

En este sentido, se inició este proceso en la sesión del día 14 de abril de 2020 de la Diputación Permanente del Parlamento de Canarias en la que comparecía el presidente del Gobierno de Canarias, se planteó la necesidad de impulsar un gran acuerdo político, social y económico por la reconstrucción de Canarias que recoja, de modo consensuado, medidas que garanticen la recuperación de nuestra comunidad. Un pacto que promueva un espacio de consenso vinculando a todos los partidos políticos, a las administraciones públicas canarias y a la sociedad civil. En definitiva, un gran acuerdo autonómico para la reconstrucción de Canarias tras el coronavirus que se ha firmado el 1 de mayo y en el que se declara:

“El escenario actual precisa de un acuerdo que nos permita desarrollar una estrategia común para afrontar y salir de la profunda crisis económica y social que se avecina tras una pandemia que representa ya, la mayor amenaza de salud pública que jamás hayamos vivido.

Necesitamos un pacto para coordinar las políticas entre las distintas administraciones que están mandatadas a promover la resistencia, la reconstrucción y la recuperación de nuestra región desde la unidad de acción con representantes de la sociedad. El Gobierno de Canarias, los cabildos insulares y los ayuntamientos, cada una en su ámbito correspondiente; los partidos políticos, los interlocutores sociales y económicos, así como los colectivos sociales y profesionales, somos corresponsables de establecer las líneas de trabajo necesarias para reconstruir la economía de nuestra comunidad movilizando gran cantidad de recursos.

El objetivo del Pacto para la Reconstrucción Social y Económica de Canarias es el de aunar a todos los agentes políticos, sociales y económicos de Canarias en un acuerdo excepcional y extraordinario ante la mayor adversidad que ha tenido nuestra tierra motivado por una emergencia sanitaria, el Covid-19, con repercusión sin precedentes en nuestra economía y estructura social. Debe ser un pacto en el haya espacio para que todos los agentes participantes se sientan protagonistas y además lo sean, con propuestas, debates, aportaciones y sugerencias que culminen en el consenso con un documento compartido.

Este ha de ser un pacto nacido e impulsado en Canarias, que nos comprometa a los firmantes, y que sea defendido ante el Gobierno de España y la UE como una alianza o acuerdo de la sociedad de las ocho islas, que demanda todos los esfuerzos para apartar propuestas individuales a favor del bien común. Canarias se juega mucho; quizá como nunca, en un momento trascendental para nuestro presente y futuro.

Este Pacto compromete a sus firmantes a la defensa de las siguientes cinco prioridades estratégicas:

1. El mantenimiento de los servicios públicos fundamentales. Esto es, la Sanidad, la Educación y los Derechos Sociales, incluyendo la atención a la dependencia y la política de vivienda. Pilares, junto con las pensiones, del estado del bienestar y principal red de apoyo a la ciudadanía frente a una crisis como la que se avecina.
2. El refuerzo de nuestras capacidades sanitarias y sociosanitarias, siendo conscientes de la relevancia que adquieren ambos aspectos en la recuperación de la confianza y el paso a la nueva realidad que nos aguarda.
3. La atención y apoyo a las personas vulnerables, que serán las principales víctimas de estas crisis y las que requieren mayor dedicación por parte de las autoridades para garantizar que nadie se queda por el camino.
4. El mantenimiento y recuperación del empleo, buscando limitar que los efectos coyunturales de esta crisis se manifiesten en consecuencias permanentes, ampliando el colectivo de personas vulnerables.
5. El impulso de la actividad económica, para devolver cuanto antes a Canarias a la dinámica de prosperidad compartida a la que todos aspiramos.

En cuanto a la participación ha contado con el trabajo y aportaciones todos los agentes políticos, sociales y económicos de Canarias que han participado en el calendario de más de 30 reuniones que han sido convocados por la Presidencia de Canarias desde el 16 de marzo, dos días después de la Declaración del Estado de Alarma, para participar en reuniones permanentes cada semana -cerca de una treintena de encuentros-, en los que se han realizado propuestas verbales y por escrito para elevar a las instituciones ejecutivas

En consecuencia, en este documento firmado el 1 de mayo de 2020 las organizaciones e instituciones firmantes alcanzan un doble compromiso. El primero de principios y líneas generales, que suscribiremos como Pacto para la Reactivación Social y Económica de Canarias. El segundo de trabajo, conocimiento y de esfuerzo compartido, que nos permita, en el plazo de tiempo más corto, convertir en un Plan concreto los contenidos de este Pacto.”

7.2. Conclusiones y recomendaciones análisis empleo y perfiles profesionales. Previsión de impacto del covid-19.

7.2.1. Caracterización y tendencias de empleo comunes para los sectores tradicionales

En primer lugar, en la medida que los sectores tradicionales presentan una serie de factores comunes de la estructura ocupacional y funcionamiento del mercado laboral canario, así como comparten tendencias de evolución comunes en cuanto a la dinámica de evolución del empleo y lamentablemente en el nuevo escenario post crisis covid-19, marcado por un fuerte impacto negativo en el empleo, consideramos adecuado exponer el marco de conclusiones, recomendaciones y propuestas en el ámbito del empleo desde una aproximación global a la realidad de los sectores tradicionales (Comercio, Transporte y Almacenamiento y Hostelería y Turismo), si bien realizando las oportunas consideraciones a las especificidades de cada sector:

A. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL EMPLEO EN LOS SECTORES TRADICIONALES

El valor económico y estratégico de los sectores tradicionales de la economía canaria y, en mayor medida, en el caso de la industria turística y su tendencia expansiva ha permitido consolidar una serie de atributos positivos en el empleo que es clave poner en valor sobre todo en el momento actual. Los más destacables son los siguientes:

- ▶ Los sectores tradicionales: hostelería y turismo, comercio y, en menor medida, el transporte tienen una importante participación en la generación de empleo en canarias llegando a suponer más del 75% del volumen de empleo total según datos del ISTAC, lo que se debe al peso relevante que ocupan estos sectores en la actividad económica canaria, su carácter muy intensivo en mano de obra, de modo que son un gran generador de empleo en términos de volumen, tanto directo como también indirecto, debido al “efecto arrastre” que genera sobre otras ramas de actividad.
- ▶ Su carácter estratégico no sólo se basa en su papel central en el sistema económico y como motor del mercado laboral, sino también, en su transversalidad y, como se acaba de comentar, en el gran efecto de arrastre y multiplicador sobre el resto de las actividades productivas, además de impulsor de la cohesión y el equilibrio territorial por su extensión sobre el conjunto de la economía del archipiélago.
- ▶ En un contexto previo a la crisis del Covid-19 caracterizado por unas perspectivas de mantenimiento y moderado crecimiento según sectores y actividades, que se estimaban para los próximos años a pesar de los notables desafíos estructurales a los que los tres sectores tradicionales tienen que hacer frente, se anticipaba un crecimiento de las oportunidades laborales en las distintas empresas que conforman los sectores que ahora en el nuevo escenario generado por la crisis del Covid-19 deberán seguir siendo los principales motores de la generación de empleo en el país.

- ▶ El turismo y el comercio se muestran como sectores abiertos que facilitan la incorporación al mercado laboral de colectivos con dificultades de inserción laboral (p.ej. jóvenes, mujeres, mayores de 45 años, personal con bajos niveles de cualificación).
- ▶ La capacidad de integración laboral de las actividades de comercio, transporte y almacenamiento, turísticas y, muy especialmente de la hostelería, se extiende sobre las personas entre 16 y 34 años con menores niveles de estudios alcanzados. Para este relevante grupo de población, los sectores tradicionales suponen una oportunidad laboral que facilita su integración en el mercado de trabajo y le permite desarrollar una carrera profesional.
- ▶ Integración de mujeres, de mayor edad y bajos niveles de estudios. Las actividades de los sectores tradicionales y, en particular, de comercio y las ramas turísticas juegan igualmente un papel determinante como oportunidad laboral para el colectivo de mujeres con bajos niveles de estudios y de edades superiores a los 45 años, uno de los grupos de población con mayores dificultades de inserción laboral por los altos niveles de paro.

B. CARACTERIZACIÓN PERFIL SOCIOLABORAL

- ▶ Por género el perfil del empleo femenino supone una parte significativa del empleo de los sectores de comercio, hostelería y turismo demostrando que estos sectores son intensivos en mano de obra femenina. De nuevo, la hostelería juega un papel muy importante ya que numerosos puestos de trabajo son tradicionalmente ocupados por mujeres (camarera de pisos, por ejemplo). Por su parte, en el sector de transporte y almacenamiento el peso de los colectivos de jóvenes y mayores de 45 años es significativo por lo que se debe considerar a efectos de medidas para promover el acceso al sector de este colectivo que tiene enormes dificultades de acceso al mercado laboral.
- ▶ Según nivel educativo la realidad es que una parte significativa de los empleos de los sectores tradicionales están ocupados por personas que apenas han completado el nivel de secundaria o inferior. Por lo cual nos encontramos ante un grupo de personas, quizás con mucha experiencia, pero con una limitada formación académica y de capacitación profesional lo que debe constituir una gran oportunidad de mejora para los sectores tradicionales.
- ▶ De manera particular, el sector turístico ofrece una positiva experiencia laboral frente a otros empleos de las mismas categorías profesionales, remuneración y niveles de formación en otros sectores. Los trabajadores/as de las ramas turísticas valoran positivamente los principales aspectos intangibles de su experiencia de trabajo, tales como la relación con el cliente, un entorno agradable, dinamismo de las tareas o capacidad de desarrollo de carrera.

C. TENDENCIAS DE EVOLUCIÓN DEL EMPLEO Y LOS PERFILES PROFESIONALES.

La percepción de las empresas de los sectores tradicionales apuntaba antes de la crisis del Covid-19 a una tendencia de mantenimiento y moderado crecimiento a corto plazo (de 1 a 3 años) y un crecimiento del empleo más significativo a medio plazo (de 3 a 5 años).

Evidentemente estas expectativas se han visto modificadas por la crisis del Covid-19 que está afectando de manera dramática a estos sectores también en términos de empleo y con un ni-

vel de impacto negativo que resulta difícil y complejo estimar a medio plazo debido a que se desconoce el resultado del proceso de reapertura del sector de comercio, hostelería y turismo, transporte y a la propia irregularidad y variabilidad de la demanda de estos sectores, que constituye un factor intrínseco y estructural de la actividad que limita las estimaciones de evolución del empleo a medio y largo plazo.

En este sentido, si desde la perspectiva de evolución del empleo a nivel cuantitativo las expectativas previas positivas se han tornado en un escenario muy negativo de reducción de empleo, sería recomendable tener en cuenta las conclusiones obtenidas del estudio en cuanto a la dimensión prospectiva de las tendencias de empleo a nivel cualitativo en orden a tratar de paliar los efectos negativos en el empleo y, sobre todo, cimentar sobre bases más sólidas el crecimiento del empleo en los sectores tradicionales que también son los que tienen que liderar el proceso de recuperación de la economía canaria y el empleo cuando las condiciones lo permitan.

Desde esta perspectiva hay que destacar una serie de tendencias en la dinámica de evolución de la demanda de cualificaciones y en los perfiles profesionales que se estima a corto plazo en los sectores tradicionales que si bien en el nuevo escenario de la crisis del Covid-19 puedan situarse en un horizonte temporal quizás a medio plazo se deberían tener en cuenta en las políticas de empleo y formación a desarrollar por las administraciones y actores sectoriales de Canarias:

El gran peso de los trabajadores de base y la notable incidencia que tienen sobre la economía y empleo de los sectores tradicionales (en mayor medida en la restauración, hostelería y comercio) impide que se reconozca una serie de características de los sectores, donde especialmente destacan:

- ▶ La amplia y creciente dotación de un personal cualificado de directivos, mandos intermedios y técnicos que requiere cada vez más elevados niveles de cualificación.
- ▶ La existencia de muchos puestos de trabajo especializados en otras áreas de actividad distintas de las tradicionales del comercio, la restauración y el alojamiento o el almacenamiento que requieren niveles de formación y cualificación notablemente superiores a otros subsectores de la economía (perfiles digitales, informáticos, ingenieros/as, directores de calidad, de control de Stocks, de logística, jefes de tráfico, pilotos, azafatas, gestores de destinos y producto managers, controladores aéreos ...).
- ▶ La aparición y crecimiento de nuevos perfiles profesionales de alta cualificación vinculados a la profesionalización y digitalización de los procesos en los sectores tradicionales: turístico, comercio, transporte y logística especialmente en las empresas de cierto tamaño nacional y aquellas internacionalizadas, y la emergencia de un ecosistema de start-ups. En general, estas empresas han experimentado en los últimos años un proceso de profesionalización creciente, basado en la incorporación de talento en sus organizaciones para afrontar la necesidad de adaptarse a un entorno digital e incrementar su escala operativa. Como consecuencia de ello, se ha extendido entre las empresas del sector la aparición de nuevos perfiles profesionales de alto valor añadido y cualificación.

Impulsar el crecimiento de los perfiles comerciales, que pone el énfasis en la importancia del crecimiento del mercado y de nuevos productos y servicios por parte de las empresas como factor clave para generar necesidades de empleo en otras actividades operativas o del BackOffice que serán necesarias cuando se haya reactivado la actividad económica y empresarial en los sectores tradicionales de la economía canaria.

Expectativa de demanda de contratación de perfiles técnicos especializados de producción, TICS y mantenimiento: personal técnico de producción y operarios cualificados. En la fase de investigación cualitativa se ha puesto de manifiesto en el discurso de las empresas, expertos/as y agentes implicados los cambios y mayores exigencias de cualificación que se vienen detectando en la demanda de este tipo de perfiles técnicos como consecuencia de los cambios productivos y tecnológicos y de manera relevante de la transformación digital que están experimentando los sectores.

Impacto imparable de la digitalización en el empleo.

- ▶ Del estudio se deduce **que la transformación digital de los procesos y actividades constituye una tendencia clara y en auge en los sectores tradicionales**, de modo que tienen un nivel de avance importante en el camino hacia la transformación digital, aunque el impacto en el empleo y la demanda de perfiles digitales es variable según los sectores y sobre todo tamaños de empresas, por lo que podemos decir que el impacto de la digitalización en el empleo de los sectores tradicionales está generando un modelo de dos velocidades: cambio importante en los modelos de negocio, procesos y perfiles profesionales en grandes empresas frente a una difícil, lenta y limitada adaptación de la parte del sector de pymes más tradicional.
- ▶ Los resultados del estudio apuntan a **la existencia de barreras que actúan como frenos o factores restrictivos para una adecuada adaptación de los sectores al reto de la digitalización** si bien destacan en mayor medida la escasez de talento y habilidades digitales, falta de visión estratégica por parte de la dirección, el carácter tradicional de una parte importante de los modelos de negocio vigentes aun en los sectores de comercio, hostelería y transporte, la resistencia al cambio y el desconocimiento de los beneficios y ventajas de la digitalización.
- ▶ **“El liderazgo digital” y “La estrategia, la infraestructura tecnológica y de datos” son las competencias digitales más importantes** para el desarrollo de la Transformación Digital. Para el desarrollo de competencias digitales en los roles tradicionalmente no digitales requiere de un plan de transformación de esos roles en el que se involucre el departamento de recursos humanos y sobre todo la dirección. Hay que considerar que el éxito de un proyecto digital no depende de las funciones más técnicas de la organización, sino de la actualización de los roles tradicionales para sacar partido de ese proyecto en su día a día.
- ▶ La preocupación por la transformación digital por parte de las empresas se pone de manifiesto en el hecho de que una mayoría de las empresas consultadas tienen incorporado en sus planes de formación, formación relacionada con el ámbito digital, tanto en programas de concienciación y competencias básicas digitales, como en competencias digitales avanzadas, aunque estas últimas surgen como necesidades individuales para tecnologías y puestos concretos.

TENDENCIAS ESPECÍFICAS SECTOR COMERCIO

- ▶ Cambios en los **perfiles profesionales derivados de los cambios en el perfil de compra y hábitos de consumo unido a impacto de la digitalización.**
- ▶ Como se ha puesto de manifiesto por parte de todas los agentes consultados las perspectivas de futuro del sector vienen determinadas por la transformación digital y la expansión del comercio on line, las innovaciones tecnológicas y de gestión y por los nuevos hábitos de consumo que empujan al comercio hacia un nuevo paradigma, en el que se impone la omnicanalidad.
- ▶ En este contexto, la tienda física no está amenazada de desaparecer, pero tendrá que adaptarse e incluso reinventarse en muchos casos para asegurar su supervivencia.
- ▶ **Elevadas dificultades de contratación en puestos de base tecnológica (TICs), pero también en puestos tradicionales del sector con cierta especialización.**

La mayor dificultad para la cobertura de los puestos de trabajo vacantes se encuentra precisamente en las ocupaciones que requieren un mayor conocimiento de las nuevas tecnologías; no obstante, los empresarios del sector afirman que es difícil encontrar profesionales cualificados en ocupaciones como dependientes de comercio en general y de comercio de alimentación, aunque las causas, seguramente, serán distintas.

- ▶ **La mayor demanda de perfiles se concentra en las posiciones del área comercial y de venta.** También es relevante por la importancia que la actividad de venta y comercial tiene en los procesos de la actividad del sector de comercio.
- ▶ Asimismo, se **ha destacado en mayor medida los cambios en el perfil administrativo y en diferentes perfiles de informática y TICs con mayor incidencia en el ámbito de robótica.**
- ▶ **Impacto del comercio electrónico en el empleo:** el crecimiento y consolidación del comercio electrónico puede aumentar la brecha entre el comercio tradicional y el comercio moderno y con ello limitar las posibilidades de desarrollo competitivo del comercio tradicional y por tanto de los empleos en este modelo del sector. Una inmensa mayoría de las pymes del sector de comercio tradicional no disponen de personal con formación y experiencia en el uso de tecnologías digitales y promoción y venta a través de internet, ni tienen la visión ni cuentan con los recursos para la subcontratación o externalización de estos recursos de transformación digital.

TENDENCIAS ESPECÍFICAS SECTOR TRANSPORTE

- ▶ **Déficit de conocimiento del sector en la población desempleada,** no se conocen las oportunidades de empleo que potencialmente puede generar el sector de transporte y almacenamiento.
- ▶ **La estacionalidad de las actividades del sector y su dedicación acorde a las necesidades de los clientes** son factores que limitan la capacidad de atracción de talento y contratación.

- ▶ **Escasez de perfiles con nivel de especialización técnica y capacidad de gestión y desarrollo de negocio.**

Los perfiles profesionales más demandados y perfiles profesionales con más difícil cobertura.

- ▶ Los puestos directivos más demandados pertenecen a las áreas de compras, sistemas de información y jefes de tráfico, hay un consenso en que las ocupaciones más demandadas son las de director de logística y/o operaciones con mentalidad crítica (Lean) y conocimientos de industria 4.0, ingenieros de métodos y tiempos e implantadores de sistemas de gestión de almacenes (SGA). Se ve una tendencia a valorar a los directores comerciales.
- ▶ Existe una demanda importante en todo el sector de mandos con conocimientos operativos y experiencia en las áreas almacén, tráfico, operaciones, logística. En este sentido, hay una enorme dificultad para poder retener a este tipo de profesional, esto exige cambiar las formas de políticas de recursos humanos.
- ▶ Los mayores problemas se concentran en la escasez de conductores y repartidores.
- ▶ Destacar también las dificultades para cubrir puestos de almacén para preparación de pedidos.
- ▶ Otro perfil destacar es la dificultad para identificar “Carretilleros” especializados en los diferentes tipos de carretillas existentes.
- ▶ Otro puesto muy demanda en el sector de almacenamiento es el de “Técnico Electromecánico” derivado de la creciente automatización de almacenes.
- ▶ En los perfiles técnicos de su busca una elevada “polivalencia” para cubrir diferentes posiciones.

TENDENCIAS ESPECÍFICAS SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO

La incorporación de las nuevas tecnologías en el paquete de servicios, así como para la obtención de datos que define los hábitos de consumo del turista a través de la minería de datos ha permitido establecer estrategias de negocio cada vez más competitivas, está impulsando la creación de una nueva oferta de productos y destinos turísticos basada en la explotación de nuevos nichos de mercado como el turismo ecológico, el turismo deportivo, el turismo de salud, el turismo rural entre otros.

Asimismo, las estrategias de diferenciación que están implementando en particular en el segmento hotelero están provocando un cambio disruptivo en el ámbito comercial y la evolución hacia una oferta personalizada con un alto componente de innovación, que integra servicios adicionales de alojamiento. Estas estrategias influyen positivamente en la optimización de los márgenes de beneficio y favorecen la creación de nuevos puestos de trabajo, en este punto el marketing digital y las redes sociales juegan un papel fundamental como canales para la promoción y venta de productos y para la creación de sinergias con el canal offline maximizando el alcance de todos los canales de distribución.

Otra característica importante es la tendencia de evolución hacia una estructura organizativa más flexible mediante la incorporación de perfiles polivalentes con vocación de servicio y orientación al cliente para gestionar de forma eficiente los recursos humanos y aumentar la oferta de empleos.

- ▶ Se observa **una tendencia general de percepción de cambio en el que está inmerso el sector que afecta al amplio espectro de perfiles profesionales del sector en su conjunto y en las diversas actividades económicas del mismo** hacia nuevas competencias de las ocupaciones tradicionales del sector – competencias híbridas por la polivalencia funcional o por la incorporación de ocupaciones de otros sectores que hasta ahora no eran considerados turísticos, lo que implica la necesidad de redefinir y clarificar un nuevo mapa de competencias, y su actualización continua y permanente.

Esta valoración de que estamos en un sector en proceso de cambios relevantes a cierto medio y largo plazo inciden en gran medida los siguientes factores de evolución:

- ▶ Es importante la incorporación de innovaciones y nuevas tecnologías en los procesos de la actividad en mayor medida en las actividades de alojamiento y otras actividades turísticas.
- ▶ La explosión de nueva oferta en competencia emergente acentúa la sensibilidad al precio mientras se elevan las exigencias de calidad de los clientes.
- ▶ La exigencia de una mayor especialización y diferenciación de los destinos turísticos supondrá renovar y mejorar los niveles de equipamiento colectivos.
- ▶ La búsqueda de experiencias, el consumo responsable, la sensibilidad por el medio ambiente, la búsqueda de vivencias e interrelaciones locales.
- ▶ Internet ya no es sólo un canal de información y venta individual, es una plataforma interactiva de información, experiencias y testimonios, que pueden afectar a la imagen de empresas y destinos. Se ha iniciado una etapa revolucionaria en el diseño del producto y su marketing multicanal, que no se puede obviar.

Importancia creciente en todas las actividades del sector de tres tipos de perfiles:

- ▶ Los perfiles de atención y servicio al cliente y área comercial.
- ▶ Las ocupaciones emergentes, que reflejan la naturaleza de los nuevos productos ofrecidos por el mercado (turismo cultural, gastronómico, de aventura, de negocios, etc.) y el papel cada vez mayor de las técnicas innovadoras de la información y de la comunicación (redes sociales). E marketing, canales digitales, comercio electrónico, especialista de experiencia o comportamiento, servicio al cliente, redes y presencial, community manager.
- ▶ Los perfiles de supervisión de procesos. El impacto de la digitalización y las tecnologías de la información está provocando el crecimiento en la utilización de estos nuevos sistemas en todas las áreas del sector (reservas, alojamiento, restauración, etc.) que permitirá eventualmente a las empresas dedicadas al turismo, mejorar la atención directa al turista; así como, facilitar los trámites y acceso a información de apoyo a los clientes (ubicaciones, información sobre lugares, itinerarios, servicios, etc.) y que va a requerir perfiles de supervisión de procesos y sistemas.

D. LOS PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Los procesos de reclutamiento y selección de personal por parte de las empresas de los sectores tradicionales comparten una serie de criterios y pautas comunes que podemos resumir en las siguientes:

- ▶ **El pequeño tamaño de una parte muy importante del tejido empresarial de los sectores tradicionales influye de manera notable en los procesos de captación de talento**, ya que son menos profesionalizadas. Este segmento empresarial presenta mayores dificultades para atender las necesidades a corto plazo que en el segmento de medianas y grandes empresas, estas últimas cuentan con mayores recursos y muestran una mayor nivel de dotación de recursos para la función de RR. HH, estandarización, profesionalización y gestión eficiente de los procesos de selección y desarrollo de la plantilla.

Esta situación estructural de los sectores tradicionales tiene un impacto muy negativo desde un punto de vista de la gestión y formación del capital humano, las mejores prácticas de gestión de recursos humanos tienen una correlación muy asociada al tamaño de la empresa.

De esta forma, cuanto mayor es éste mayores son las posibilidades de reclutamiento y captación de talento, desarrollo profesional (ej. planes de carrera, etc.), de acceso a incentivos, instalaciones, movilidad, mejora funcional o formación.

La fuerte incidencia de las microempresas hace que:

- La profesionalización y sofisticación de los procesos de anticipación de necesidades de empleo, selección de acuerdo con marcos de competencias futuras, etc. sea menor en las pymes que en el segmento de las grandes empresas de los sectores tradicionales.
 - Las políticas de recursos humanos más avanzadas de las empresas medianas y grandes cadenas no se destaquen, ni se perciban lo suficiente en relación con el conjunto de los sectores tradicionales.
 - Las oportunidades de carrera profesional sean mayores por el peso de estas actividades en la economía de todas las islas y la alta empleabilidad de los puestos de trabajo de base.
- ▶ **Los datos obtenidos revelan que las fuentes internas de reclutamiento constituyen los canales más importantes de captación de talento** por parte de las empresas frente a las fuentes externas.
 - ▶ **Dentro de canales internos el mercado oculto mediante red de contactos ya sea por personas conocidas o referencia de empleados/as** es el como principal canal de captación de talento por parte de las empresas, si bien se aprecia un cierto uso de bases de datos o plataforma corporativa y de las redes sociales.

Por lo que se refiere al uso de servicios externos de empleo tiene un alcance muy bajo a excepción de las fuentes de reclutamiento on line (portales de empleo externos).

- ▶ **Quienes trabajan en los sectores tradicionales deben cimentar su crecimiento profesional incorporando los conocimientos y competencias necesarias para mejorar la posición competitiva.** Y las organizaciones deberán ganar flexibilidad estructural y madurez competitiva para un entorno que, si bien está lleno de oportunidades, también se presenta exigente y altamente competitivo.
- ▶ **Importancia creciente que las competencias clave sociales y personales tienen en los criterios reclutamiento y selección de las empresas.** A igualdad de condiciones de experiencia y formación la disponibilidad de competencias clave son determinantes para decidir el candidato/a seleccionar.

Promover las oportunidades de empleo y desarrollo profesional de los sectores tradicionales. Problemas y oportunidades de la gestión del empleo y desarrollo del talento en los sectores tradicionales para afrontar el nuevo escenario.

Si bien como ya se ha comentado en el nuevo escenario de la crisis actual del Covid-19 las expectativas de evolución del empleo deben situar los esfuerzos de todos los actores de la sociedad canaria en medidas de mantenimiento del empleo y sentar las bases para un crecimiento estable y prolongado cuando las condiciones lo permitan, sin embargo, para que dicha situación sea posible es necesario el apoyo por parte de las administraciones públicas y los agentes del sector para abordar de forma coordinada políticas relativas al mantenimiento del empleo, y otras a medio plazo de reactivación del empleo para difundir a la población sobre la importancia económica de los sectores tradicionales y las oportunidades laborales y profesionales que pueden encontrar en estos sectores.

En este contexto es importante tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- ▶ **El desarrollo del talento en los sectores tradicionales es o debería considerarse la principal inquietud de las empresas, agentes sectoriales y la administración laboral y educativa.** Esta gestión del talento es fundamental en el nuevo contexto de incertidumbre y recesión económica y en un mercado competitivo y globalizado, donde las organizaciones tienden a diferenciarse, cada vez más, por su capital humano.

Sin embargo, el presente estudio pone de relieve, entre otros, los siguientes problemas en los procesos de desarrollo y gestión del talento:

- Los déficits de cualificación y de oferta formativa específica en los sectores tradicionales y en particular en el nivel universitario han implicado problemas para la captación de talento, ya que la fuente de captación de profesionales se focaliza en las empresas de la competencia.
- La fuerte variabilidad de la actividad de los sectores y el déficit de políticas de captación y retención de talento.
- La ausencia de un marco de referencia normalizado de competencias y titulaciones en el sistema educativo con reconocimiento y valor real en el ámbito empresarial, unido a la rápida evolución de los factores tecnológicos, productivos, normativos y de mercado que marcan la dinámica de evolución del sector actúan como factores restrictivos para la generación de sistemas de identificación anticipada de necesidades de competencias y formación y en consecuencia de modelos de gestión de carreras y de talento en los sectores tradicionales.

- ▶ **Las empresas de los sectores tienen dificultades para identificar y captar el talento requerido a corto y medio plazo.** Existen dificultades para identificar las competencias futuras debido al fuerte dinamismo y cambio que están experimentando.
- ▶ **Faltan herramientas, sistemas y redes para llegar a profesionales de más alto nivel y cualificación.**

E) RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS PARA AFRONTAR EL NUEVO ESCENARIO DE EMPLEO EN LOS SECTORES TRADICIONALES

Medidas urgentes en el ámbito laboral para hacer frente a la crisis del empleo derivada del impacto del Covid-19.

En el documento elaborado de manera conjunta por la CCE y la CEOE de Tenerife se proponen una serie de medidas urgentes y muy a corto plazo para hacer frente a la crisis del Covid-19 específicamente en el ámbito laboral.

“La economía debe afrontar un escenario completamente adverso con medidas de flexibilidad y simplificación que doten de mayor agilidad los trámites administrativos que, a día de hoy, ralentizan la toma de decisiones efectivas, en aras todo ello de facilitar la actividad productiva y agilizar el pago a proveedores de la Administración Pública. Todas estas medidas se enmarcan en la necesidad de responder a la situación económica excepcional y transitoria causada por Covid-19.

Deben tomarse verdaderas medidas que se enmarquen en la necesidad de responder al mantenimiento del empleo:

- ▶ Proponemos, por el carácter de urgencia y de fuerza mayor, que se propicie una mayor simplificación y reducción de plazos en la tramitación de Expedientes de Regulación de Empleo (comunicación y negociación) que deriven en suspensión de la relación laboral o reducción de la jornada en aquellas empresas que se vean afectada por una caída repentina de la demanda o de la actividad. De esta manera, proponemos utilizar los expedientes de regulación de empleo temporales, tanto de suspensión del contrato de trabajo como de reducción de la jornada, como verdaderos mecanismos alternativos que den soluciones reales a la situación actual y eviten consecuencias extintivas, dándole al procedimiento la celeridad necesaria y estableciendo un sistema de bonificaciones hasta el 100% del pago de las cuotas a la Seguridad Social y reposición de prestaciones por desempleo.
- ▶ Proponemos que las medidas extraordinarias que se han dispuesto en materia de ERTES se prolonguen más allá del final del periodo de estado de alarma, y se mantengan en tanto en cuanto la actividad productiva aún acuse los efectos derivados de la parálisis.
- ▶ Proponemos la exoneración de pago de cuotas a la Seguridad Social en supuestos de baja laboral ocasionada por el virus Covid-19.
- ▶ Proponemos establecer bonificaciones a la Seguridad Social cuando se establezca el teletrabajo como medida organizativa, durante el tiempo que dure la situación extraordinaria. Todo ello, sin olvidar la posibilidad de establecer ayudas para medios tecnológicos para las pymes y autónomos.

- ▶ Proponemos la posibilidad de solicitar aplazamientos del pago de las cuotas a la Seguridad Social sin recargo ni intereses para sectores, autónomos y territorios como Canarias.
- ▶ Anular la disposición adicional sexta del Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social del Covid-19, con respecto a la obligatoriedad del mantenimiento del empleo durante el plazo de seis meses desde la fecha de reanudación de la actividad.
- ▶ Proponemos el establecimiento de bonificaciones al mantenimiento del empleo de las cotizaciones de trabajadores fijos discontinuos.
- ▶ Flexibilización en la incorporación de fijos discontinuos en todos los sectores de actividad afectados.
- ▶ Proponemos la flexibilización de medidas para el cómputo de vacaciones y festivos.
- ▶ Condonación de pagos o, en su caso, bonificaciones a la Seguridad Social para los nuevos empleos entre abril y junio de 2020”

Medidas dirigidas al colectivo de Autónomos.

- ▶ Ayuda al pago de cuota autónomo del mes de abril y mayo de 2020 para todos aquellos autónomos que no se encuentra en cese de actividad obligatoria, pero se haya reducido su actividad económica en más de un 30% de su facturación. La cuota de marzo que ya ha sido abonada será de vuelta inmediatamente y de oficio a todo el colectivo, y no se cobrarán recargos a quienes la hayan devuelto.
- ▶ Todo autónomo que por las medidas adoptadas no esté exonerado de la cuota, se le girarán las 3 cuotas en los meses de septiembre, octubre y noviembre.
- ▶ Los autónomos que se hayan contagiado por Covid-19 y aquellos que estén en cuarentena obligatoria estarán exentos de pagar la cotización desde el primer día.
- ▶ Ayuda a los autónomos que han cesado su actividad económica o acrediten más de un 40% de caída de sus ingresos. Cubrir un máximo de 3 meses de gastos de arrendamiento, cuotas de hipotecas del local o bien necesario para ejercer su actividad, electricidad, agua, y telecomunicaciones, así como gastos de asesoría y cuotas del Régimen Especial de Autónomos (RETA) con un importe máximo de 3.000 €.
- ▶ Permitir el cobro de la prestación extraordinaria de cese de actividad a todos aquellos autónomos que tienen derecho a ella y que reciban otra prestación de la Seguridad Social siempre que esa prestación no alcance el 50% del salario mínimo interprofesional.
- ▶ Plan de rescate para padres y madres en baja por maternidad. Todos los padres y madres que se reincorporan tras haber estado de baja por maternidad o paternidad no pueden acreditar que su facturación se ha visto reducida frente al semestre anterior un 75% y por lo tanto no pueden acceder a la prestación por cese de actividad. Ayuda de 944,40 € correspondiente a la base de cotización mínima del RETA
- ▶ En el caso de autónomos que se vean obligados a abandonar su actividad por cuidado de hijos o dependientes como consecuencia del cierre de los centros escolares y cuidado de dependientes, se propone la bonificación del 100% de la cuota de Seguridad Social.

- Instrumento de financiación “especial autónomos”. Ayuda mediante instrumentos financieros a fin de que hagan accesible a todos los autónomos, instrumentos que aporten liquidez para la reactivación de su negocio y mantenimiento de las plantillas, conforme a los criterios de créditos responsables.

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN A MEDIO PLAZO EN EL ÁMBITO DE DESARROLLO DE LAS CUALIFICACIONES PROFESIONALES Y EL EMPLEO EN LOS SECTORES TRADICIONALES

Finalmente se presenta una serie de líneas de actuación que son el resultado de la sistematización de las aportaciones y propuestas planteadas por las empresas, agentes sociales, expertos, administraciones que han participado en el estudio y que, dada la metodología empleada, se centran en ofrecer oportunidades de reflexión y cambios especialmente en los procesos que diseñan, programan y ejecutan las políticas activas de empleo y los subsistemas de educación y formación en los sectores tradicionales.

Propuestas de mejoras asociadas a los sistemas de prospección de tendencias de evolución de las competencias y detección de necesidades formativas que permiten el diseño y actualización periódica de las cualificaciones en los sectores tradicionales.

En primer lugar, se propone fomentar sistemas de información laboral (observatorios laborales) con un enfoque a nivel sectorial, transversal (para áreas de competencias comunes y aplicables en los diversos sectores) como a escala territorial (provincial e insular) para actualizar periódicamente la información sobre necesidades de empleo y formación en sectores tradicionales sometidos a permanente cambios y con tendencias de evolución poco previsibles y, sobre todo, para mejorar la detección de nuevos yacimientos de empleo que serán fundamentales para la recuperación del empleo en el nuevo contexto de la recesión y posterior recuperación económica.

Los resultados del estudio evidencian que los procesos para determinar los cambios en los requerimientos de competencias y las prioridades formativas asociadas que son incorporadas en las diferentes modalidades de formación por los agentes del sistema de educación y formación presentan notables debilidades que limitan su eficacia como sistema integral y participativo de detección de necesidades de formación en empresas y población activa, que los niveles de participación de los agentes clave (organizaciones empresariales, empresas, expertos etc.) del sistema resulta muy desigual, tanto en función del territorio e iniciativa, como por el tipo de actores considerados, como resultado la prospección de necesidades de empleo y de desarrollo curricular asociadas entre los actores del mercado laboral de los sectores tradicionales se desarrolla con un nivel de profundidad, sistematicidad y participación limitado y, en opinión de dichos actores, insuficiente.

Como consecuencia se recomiendan las siguientes líneas de actuación:

- **Mejorar y fortalecer los procesos de prospectiva de los mercados de trabajo en los sectores tradicionales** para contar con información fiable y actualizada de las tendencias de los sectores, cuantificar las necesidades de empleo requeridos por puesto y orientar a la población desempleada respecto a los puestos más buscados en cada momento.

- ▶ Como acciones prioritarias a abordar desde el sistema de prospección y observatorios de empleo sectoriales se proponen los siguientes:
 - Estudios de necesidades formativas sectoriales, empresa y/o específicas para cada ocupación y/o nivel profesional.
 - Estudio, identificación y actualización de cualificaciones, competencias y currículos que más se adecuen a los trabajadores de cada empresa y/o sector.
 - Estudio, identificación y desarrollo de perfiles profesionales en sectores concretos y en empresas.
 - Adaptación de los planes de formación sectoriales y/o de empresa a los referentes profesionales y formativos de cada sector concreto.
 - Creación y desarrollo de itinerarios formativos específicos para trabajadores de la empresa en base a cualificaciones y competencias profesionales específicas para cada ocupación y sector en concreto.
- ▶ **Fomentar el trabajo coordinado entre las diferentes estructuras administrativas en el ámbito de las políticas de empleo y formación a nivel regional, provincial e insular** relevantes en los sectores tradicionales para dar coherencia a iniciativas tanto de empleo, crecimiento económico y desarrollo social de un territorio en el marco de un plan estratégico de reactivación del empleo.
- ▶ **Diseñar con la participación de todos los agentes de los sectores tradicionales y del sistema de educación y formación un sistema, metodología y protocolos de prospección de evolución del empleo y los perfiles profesionales y detección de necesidades formativas** que contemple de forma integral las prioridades de empresas y trabajadores en cada subsector o áreas del sector y territorios que sirvan a todos los agentes como guía marco de actuación, personalizable, pero que aporte unicidad y homogeneidad.

Desarrollar la potencialidad y diversidad de las cualificaciones y perfiles profesionales que requieren los sectores tradicionales basados en las competencias técnicas y competencias clave actualizadas.

- ▶ A fin de enfrentar los problemas para la captación de talento y la cobertura de puestos relacionados con las nuevas tendencias de especialización, digitalización y transversalidad profesional que requieren los sectores tradicionales se sugiere la necesidad urgente de actualizar los referentes de cualificaciones y formación tanto a nivel estatal como en el ámbito de Canarias, para promover y divulgar las cualificaciones que deben desarrollarse para trabajar en las empresas de hostelería y turismo, comercio y transporte, y promover centros de formación ofrecen estas especialidades, creando un directorio de centros de formación por nivel.

Ello pasa por diseñar y desarrollar el repertorio de cualificaciones que cubran la amplia diversidad de áreas de actividad y de perfiles profesionales y ocupaciones del sector atendiendo a las actividades que están creciendo en mayor medida a medio y largo plazo.

En particular, es necesario lograr una mayor cualificación profesional en el personal de base incluyendo competencias específicas habilidades técnicas o actitudes atención hacia clientes.

- ▶ Redefinir un nuevo mapa de competencias para los sectores tradicionales y su actualización continua.
- ▶ La tendencia de percepción de cambio en que están inmersos los sectores tradicionales incide sobre el amplio espectro de perfiles profesionales, las diversas actividades económicas relacionadas, el enfoque hacia nuevas competencias de las ocupaciones tradicionales, y las competencias híbridas por la polivalencia funcional o por la incorporación de otras actividades que hasta ahora no eran considerados turísticas, comerciales o de transporte.
- ▶ Es importante definir las ocupaciones relevantes en cada sector, tanto por su volumen de empleo actual y de medio plazo, como por su incidencia en el desarrollo de nuevos parámetros de actividad lo que supone incluir criterios de clasificación como la oportunidad y mejora de la diversificación y competitividad del sector (perfiles claves del sector en todas sus actividades) así como en los perfiles transversales a todos los sectores (administrativos/as, empleado/a de marketing y ventas, control de calidad, etc.).

Promover medidas y acciones para mejorar el conocimiento de ofertas y demandas de empleo, promover la imagen de los sectores tradicionales y la marca de empleo de los sectores tradicionales.

- ▶ **Organizar eventos de divulgación de la diversidad de actividades económicas y oportunidades de empleo que pueden generar los sectores tradicionales** en cuanto a la creación de empleos y desarrollo profesional para mejorar la imagen del empleo en el sector y atraer a la población a la formación en la amplia diversidad de perfiles de los sectores, lo que debe considerarse relevante en el nuevo escenario de crisis y recuperación del empleo.
- ▶ **Realizar campañas de comunicación para promocionar la disponibilidad de los sistemas y herramientas de información de ofertas de empleo** con el fin de aumentar su uso aprovechando las funcionalidades que ofrece la tecnología y el creciente uso de redes sociales, por parte tanto del público de personas que buscan empleo como por parte de empresas que generan empleo.
- ▶ **Crear un flujo más eficaz de la población en búsqueda de empleo a las distintas vacantes vigentes**, hacia las empresas según su actividad económica buscando que se dinamice el éxito de colocación de las ofertas y demandantes del empleo.
- ▶ **Las empresas de los sectores tradicionales deben mejorar su marca como empleador para potenciar un mayor atractivo para los jóvenes y profesionales**, de modo que la oferta de empleo que necesita el sector sea conocida y valorada como una opción laboral preferente.

En el caso de los sectores Comercio y Hostelería existe una percepción que “cualquiera puede trabajar en estas actividades, que no se necesita una cualificación específica y por tanto no existe una vocación y compromiso de desarrollo profesional a largo plazo”.

En el caso del sector Transporte y Almacenamiento existe una percepción generalizada de falta de atractivo del sector para atraer a los mejores profesionales. Desconocimiento de la función logística, cuando no, imagen negativa del sector sobre todo para los jóvenes cualificados. No constituye una opción profesional relevante para los profesionales cualificados.

Para ello las empresas de los sectores tradicionales deberán impulsar en mayor medida el diseño de objetivos, estrategias y acciones internas y externas de Marca de Empleador adecuadas a la definición de la propuesta de valor para los empleados. “¿Por qué debería trabajar en vuestra empresa, y no irme a la competencia?”.

Finalmente, para medir el éxito de las prácticas de Marca de Empleador las empresas de los sectores tradicionales deberán establecer indicadores de medición internos (niveles de absentismo, ratio de retención, referencias internas de candidatos por empleado, índice de felicidad laboral, etc.) y externas (número de candidaturas a ofertas de trabajo, % de aceptación de ofertas laborales, tiempo del proceso de selección, coste del proceso, posiciones en rankings de mejores empresas para trabajar, etc.).

7.3. Conclusiones y recomendaciones análisis situación y prospectiva de la formación.

7.3.1. Caracterización y valoración de los procesos de formación en los sectores tradicionales

Los sectores tradicionales comparten una serie de características comunes en cuanto a los parámetros bajo los que se desarrollan los procesos formativos como las características, deficiencias y necesidades de mejora de la oferta formativa para adecuarse de manera más eficaz y eficiente a las tendencias de evolución de las cualificaciones y los perfiles profesionales que pasamos a presentar de manera resumida.

FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES Y FORMACIÓN REALIZADA POR LAS EMPRESAS

- ▶ **Los resultados del estudio apuntan a una valoración positiva por parte de las empresas del nivel de formación y cualificación del personal y satisfacción respecto al desempeño laboral**, si bien dentro de la tónica positiva se advierte que es necesario mejorar el nivel de competencias transversales y el nivel de cualificación adecuada a las necesidades de competencias específicas en cada sector y área de actividad que ofrece el sistema educativo y en mayor medida la Formación para el Empleo. Esta situación deficitaria en opinión de las empresas y otros actores de los sectores tradicionales conlleva que los trabajadores no lleguen con la cualificación adecuada a la realidad del mundo empresarial, las personas se desmotivan porque no se ven preparadas y las empresas incrementan su desconfianza de la Formación para el Empleo.
- ▶ **El nivel de implantación de las actividades de formación y capacitación que muestran las empresas de los sectores tradicionales es muy elevado** mientras que es muy bajo el porcentaje de empresas que no realiza actividades de formación lo que permite confirmar un avance significativo de la cultura de formación en las empresas de los sectores tradicionales de Canarias, con un modelo mixto entre la formación dentro de la empresa y la formación desarrollada fuera de la empresa.

- ▶ Las empresas de los sectores tradicionales atribuyen una importancia creciente al **desarrollo de una estrategia y un modelo de formación que acompañe y apoye los objetivos de desarrollo de la empresa y de los trabajadores/as** como una estrategia de primer orden tanto en empresas grandes como en las pymes.

TIPOLOGÍA DE OFERTA DE FORMACIÓN UTILIZADA

- ▶ En la radiografía, extraída de los resultados del estudio, del tipo de oferta formativa más utilizada por las empresas predomina de forma mayoritaria la **formación diseñada a medida para atender las necesidades de las empresas y de forma complementaria la formación sectorial o transversal que ofrece el sistema de Formación para el Empleo a través de diferentes agentes**.
- ▶ En el marco del sistema de Formación para el Empleo **destaca la utilización de la formación programada en el marco del sistema de bonificaciones a la Seguridad Social que revela una tendencia de crecimiento significativo el uso del sistema de formación programada** que está pensada para atender las necesidades específicas de las empresas, frente a una utilización casi residual de los **planes de oferta sectoriales** que ha experimentado una reducción muy notable en los últimos años debido a los cambios introducidos en el sistema. Entre las causas de este escaso uso de la FPE se argumenta el déficit de ajuste de la oferta de certificados de profesionalidad y el catálogo de especialidades del Servicio Canario de Empleo a los requerimientos de las empresas debido a la falta de actualización de contenidos y especialidades, además de que las empresas de los sectores tradicionales, a nivel general, no valoran los certificados de profesionalidad, no consideran que sea un estándar de cualificación relevante, escasez de recursos en cuanto a instalaciones adecuadas y docentes cualificados, etc.

MODALIDADES FORMATIVAS

- ▶ Si bien la **formación presencial sigue siendo la modalidad preferente de formación para la mayoría de las empresas**, es destacable el crecimiento importante que viene experimentando la **formación mixta** que es utilizada de las empresas, y, en menor medida, pero también en porcentajes significativos, la **formación on line**.
- ▶ **Potenciar la modalidad de formación mixta y on line**. Es interesante apuntar que la mayoría de las empresas consultadas opinan que la metodología mixta que combine la metodología presencial y on line es el modelo de impartición que se ajusta mejor a sus necesidades, ya que permite superar las barreras de acceso a la formación existentes por la fuerte dispersión de los centros y desequilibrio de la oferta a nivel territorial, así como las dificultades para compatibilizar la formación presencial con las jornadas de trabajo.
- ▶ En el proceso de investigación cualitativa se ha planteado este cambio de modelo en los procesos formativos con una mayor implementación de modelos mixtos y on line, en particular, en empresas de sectores de servicios.
- ▶ La modalidad puramente on-line ofrece múltiples ventajas como la alta flexibilidad, adaptación y alcance a sus alumnos, pero también es cierto que no es aplicable a todos los tipos de formación y no siempre ofrece buenos resultados.

- ▶ Por otro lado, la metodología presencial ofrece buenos resultados, pero con una baja flexibilidad, lo cual hace muy complicada su aplicación dentro de los sectores tradicionales: comercio, hostelería y transporte, debido a las adversidades que presenta el sector como los horarios o la lejanía de los centros formativos.
- ▶ Por tanto, la solución que se ha encontrado es la combinación de las metodologías presencial y no presencial, a través de la formación mixta, de manera que se pueda adaptar a los horarios y otras complicaciones del sector sin disminuir los resultados de la formación.
- ▶ La **Formación Dual constituye una modalidad de formación cada vez más valorada por parte de las empresas canarias de los sectores tradicionales** y que además está creciendo de forma gradual en su nivel de utilización, ya que, aunque todavía es limitado el número de empresas que ha participado en experiencias de Formación Dual, sí que es significativo el interés de las empresas que tiene previsto hacerlo a corto plazo.
- ▶ La percepción de las empresas y otros agentes implicados apunta a la necesidad de **potenciar los recursos destinados a la FP Dual** y sobre todo revisar y mejorar algunos aspectos que están actuando como factores restrictivos para que mejore su desarrollo: **excesivas rigideces administrativas** que impone la administración para el desarrollo de los programas, tanto a los centros de formación como a las empresas, **escasez de plazas y recursos económicos, desequilibrio en la oferta** con excesiva oferta de modalidades de FP Dual en titulaciones y ramas que no tienen una demanda importante frente a escasez de oferta en áreas y perfiles más demandados por las empresas.

VALORACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA

- ▶ Existe un consenso generalizado entre las empresas encuestadas, los centros de formación, los expertos sectoriales, de la administración y de los agentes sociales de los sectores tradicionales de Canarias en torno a que **los recursos formativos puestos a disposición de las empresas son importantes** en volumen, aunque menor en cuanto a diversidad de la oferta y además de **calidad aceptable en cuanto a la calidad de los docentes y recursos técnicos y pedagógicos**.
- ▶ **Desde la perspectiva de las empresas la valoración de la oferta formativa se sitúa en una media de satisfacción moderada en todos los aspectos considerados**, adecuada en los siguientes aspectos: calidad de la oferta, calidad de equipos docentes y medios pedagógicos y didácticos así como el precio de la formación en las diferentes ofertas, si bien se considera que adolece en otros aspectos relevantes que inciden en la calidad pero sobre todo en la pertinencia, actualización de la oferta como son: nivel de accesibilidad y visibilidad de la oferta formativa, el diseño adecuado a las necesidades específicas de las empresas, agilidad en la actualización de la oferta de cursos, especialidades, etc., la cobertura de las necesidades y nivel de especialización, equilibrio entre la oferta para los distintos puestos del sector, etc.

Las debilidades y necesidades de mejora más significativas giran en torno a los siguientes aspectos:

- ▶ **Mejorar el conocimiento y accesibilidad de la oferta** para que llegue a las Pymes.
- ▶ Promover mecanismos de mejora de la comunicación y colaboración de las administraciones competentes, centros de formación y las empresas para desarrollar procesos de **actualización periódica de las necesidades de formación** de acuerdo con los rápidos cambios productivos, tecnológicos, como consecuencia de la digitalización y de mercado, que inciden en los requerimientos de competencias técnicas y transversales de los puestos.
- ▶ **Oferta formativa deficitaria en cuanto a la cobertura de todas las áreas y puestos que generan los sectores** tanto en FPE como de Formación Profesional Reglada.
- ▶ Potenciar la **innovación y actualización de contenidos** de la oferta (en el diseño, metodología didáctica, formación mixta y on line).
- ▶ Equilibrio en la distribución de la **oferta en todas las áreas de actividad y puestos**.
- ▶ Mucha atomización empresarial que impide implementar formación.

PROBLEMAS Y DESAJUSTES EN LA OFERTA FORMATIVA DIRIGIDA A LOS SECTORES TRADICIONALES

El sistema de formación se encuentra en evolución, y presenta todavía desajustes entre la oferta de formación y las necesidades de las empresas, egresados y profesionales.

- ▶ Tendencia a una formación generalista con **falta de adecuación específica** a los subsectores y las distintas actividades relevantes de los sectores tradicionales.
- ▶ Ausencia de una **definición de estándares de calidad formativa y de competencias profesionales por perfiles ocupacionales**.
- ▶ **Desequilibrio de la oferta formativa** en tres dimensiones: en cuanto al tipo de oferta, con un exceso de oferta en algunas áreas y perfiles profesionales, frente a escasez de oferta en otros, en la estructura del sistema educativo (limitada oferta de formación universitaria, creciente en estudios de FP reglada y muy limitada a nivel de FP Dual) y a nivel territorial.
- ▶ **Desequilibrio de los contenidos formativos**, entre la formación técnica y la formación en habilidades.
- ▶ **Predominio del conocimiento teórico** sobre los contenidos de la práctica empresarial y profesional.
- ▶ Lentitud en el **proceso de adaptación de la formación** a la realidad cambiante del mercado.

FRENOS Y OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE LA FORMACIÓN

Las **dificultades o frenos para el acceso y desarrollo adecuado de los procesos** en los sectores de Comercio, Transporte y Almacenamiento y Hostelería y Turismo son la consecuencia de una combinación de múltiples factores de diferente índole:

- ▶ **Algunos factores estructurales característicos de estos sectores** como la amplia diversidad de actividades que abarcan, el peso mayoritario de la micropyme y la fuerte dispersión empresarial así como la fuerte variabilidad de la demanda y la estacionalidad de la actividad con picos de actividad cada vez más altos hace difícil que los recursos humanos puedan ser formados correctamente y que se desarrolle en este segmento enfoques modernos de gestión, teniendo en cuenta además la polivalencia en las funciones de la mayoría de los empleados de las pymes.
- ▶ Las **limitaciones de la oferta formativa** (falta de adecuación a las necesidades de los colectivos y puestos o las carencias en la especialización de los cursos y programas).
- ▶ Por último, pero quizás como mayor **obstáculo identificado las dificultades de compatibilidad de los tiempos de formación y actividad laboral en estos sectores** tan intensivos en personal y dedicación máxima y de falta de actitud o motivación de los trabajadores/as.

RESUMEN DE LA CARACTERIZACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS PROCESOS DE FORMACIÓN

Del análisis realizado se ha llegado a una serie de conclusiones relevantes:

- ▶ **Las limitaciones de una oferta educativa y de una estructuración ocupacional ordenada**, constituye un factor que limita la capacidad para aprovechar las oportunidades de generación de empleo y mejorar la reputación de marca de empleo en los sectores.
- ▶ **El sistema de formación de los sectores tradicionales se encuentra en evolución, y presenta todavía desajustes entre la oferta de formación y las necesidades de las empresas y trabajadores/as:**
 - Tendencia a una formación generalista con falta de adecuación específica a los subsectores y las distintas actividades de los sectores.
 - Necesidad de actualizar y adecuar los Catálogos de competencias y módulos formativos específicos para las actividades de cada sector.
 - Definición de estándares de calidad formativa.
 - Desequilibrio de los contenidos formativos entre la formación técnica y la formación en habilidades.
 - Predominio del conocimiento teórico sobre los contenidos de la práctica empresarial y profesional.
 - Flexibilidad de la Formación para el Empleo. Falta de acuerdos para revisar las rigideces normativas y para flexibilizar una formación acorde a las necesidades de las empresas

- Lentitud en el proceso de adaptación de la formación a la realidad cambiante del mercado.
- ▶ **Ante la situación actual provocada por la crisis del Covid-19 y su impacto en los modelos educativos y de formación el cambio que se propone se basa en un modelo de formación que potencie la modalidad on line y mixta** que combine la adaptabilidad y flexibilidad del modelo online con los buenos resultados de formación presencial. De igual forma, este modelo de formación encaja con los requisitos que se demandan actualmente en la Formación para el Empleo, ya que ofrece mayor adaptación para los empleados con horarios complicados y centros de formación alejados de los lugares de trabajo.

7.3.2. Prospectiva de necesidades de formación sectores tradicionales

- ▶ **Si se quiere modernizar el actual modelo productivo de los sectores tradicionales diversificando las actividades y mejorando la competencia**, será necesario **modificar las competencias y perfiles profesionales, mejorando y adecuando la formación profesional y en particular la Formación para el Empleo a las nuevas necesidades**. Unos sectores más competitivos requieren de nuevas competencias profesionales, y de nueva formación para aprender las nuevas competencias y su aplicación al puesto de trabajo.

Esta mejora y adaptación de las competencias, hace ineludible también un gran cambio en el sistema de la formación, y en la mentalidad de sus actores, de manera que lo realmente importante no sea, como hasta ahora ha sido, la formación, sino el aprendizaje, y que este tenga impacto en el puesto de trabajo, es decir, que realmente mejoren los resultados en su trabajo, las microempresas y profesionales. Las empresas que lo consigan mejorarán su competitividad y lograrán sobrellevar mejor la crisis, al tiempo que sus trabajadores/as dispondrán de mayor empleabilidad y podrán mejorar su desarrollo profesional.

- ▶ **La creciente heterogeneidad y diversificación de los modelos de negocio, productos y servicios que se están abordando en los sectores tradicionales**, hacen necesario desarrollar nuevos itinerarios formativos encaminados a **una visión más global e integral pero que contemple también las necesidades de especialización del personal**, más allá de la formación específica tradicional existente en cada sector.

Los mandos intermedios y altos directivos, en su mayoría disponen de formación para el desempeño de su función, pero mantienen gap de formación en competencias relevantes en el contexto actual como liderazgo, gestión del riesgo y la incertidumbre, toma de decisiones, motivación, responsabilidad social en las empresas, competencias que cada vez van tomando mayor relevancia.

En este sentido **será necesario potenciar el desarrollo de nuevas programaciones formativas y recursos de oferta educativa (en la formación profesional y técnico-profesional como a nivel de estudios universitarios) vinculadas a los cambios en las competencias y cualificación requerida** en las ocupaciones clave de los sectores tradicionales, en los diferentes niveles de cualificación y ofertas de educación y formación, y ello con un enfoque común e integrador de la formación que se imparte por las instituciones del sector público y privado el sector educativo y las empresas privadas.

- ▶ **La irrupción e incorporación de la tecnología en los diferentes procesos de las empresas**, así como la creciente digitalización de los sectores de comercio, hostelería y transporte requiere la capacitación para el **desarrollo de competencias digitales y tecnológicas** básicas para el personal operativo y avanzadas para los profesionales cuya actividad se desarrolle en el ámbito de la tecnología, fundamentalmente en temas de Big Data, Ciberseguridad e Inteligencia Artificial.
- ▶ **La importancia creciente que los aspectos medioambientales tiene en el desarrollo sostenible y responsable de los sectores tradicionales**, hace que las empresas adapten sus procesos y funciones incorporando **criterios de sostenibilidad y medioambiente**, esto requiere que los profesionales del sector, tanto de manera transversal, como de manera específica, requieran de competencias medioambientales, en mayor medida en las actividades de gestión hotelera y aquellas relacionadas con el diseño y gestión de actividades turísticas y actividades complementarias de ocio.
- ▶ En cuanto a las orientaciones de la **formación por perfiles**:
 - En el *perfil directivo* destaca la demanda de formación en habilidades en temas de liderazgo, gestión del cambio, inteligencia emocional, comunicación, etc., que se configura como línea de formación preferente, y, en segundo lugar, la formación en competencias estratégicas o clave: herramientas bussiness intelligence, internacionalización y comercio internacional, desarrollo de negocio, etc.
 - En el *perfil de mandos* se aprecia una tendencia similar al perfil directivo en cuanto a la demanda de formación en competencias de dirección, administración, habilidades sociales y personales y también formación específica.
 - Respecto a los *perfiles de técnicos y operarios* se incide más en el desarrollo de competencias técnicas específicas de las actividades y procesos (sistemas, procesos, herramientas, etc.) y también la prevalencia de algunas áreas formativas como idiomas, técnicas de venta, informática y Tics.

PRIORIDADES ESPECÍFICAS FORMACIÓN SECTOR COMERCIO

Competencias técnicas

Según las aportaciones de los informantes clave de las empresas, expertos sectoriales, centros de formación y agentes del sector los profesionales del ámbito del Comercio deben actualizar constantemente sus conocimientos técnicos en diferentes áreas.

Para el **desarrollo de las competencias derivadas del crecimiento del comercio electrónico** del consideran importante fomentar la formación en los siguientes programas:

- ▶ Herramientas de analítica de datos y de comunicación.
- ▶ Marketing en dispositivos móviles.
- ▶ Comportamiento del consumidor.
- ▶ Contenidos vinculados a una marca.

- ▶ Diseño del plan social media (estrategia digital).
- ▶ Herramientas de análisis y monitorización de usuarios en redes sociales.
- ▶ Conocimiento y manejo de redes sociales y blogs (Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, Pinterest, Google+, Foursquare, Yelp).
- ▶ Exposición de productos vía web (Webrooming).

Se precisa reforzar la formación relacionada con las nuevas tecnologías en los segmentos de logística y marketing.

En este sentido, se recomienda incluir formación en sistemas de localización y GPS en logística, así como en posicionamiento SEM (search engine marketing o marketing de buscadores) y SEO (search engine optimization u optimización para motores de búsqueda), para aumentar la visibilidad de la marca a través del tráfico en la web en el área de marketing y, sobre el funcionamiento y contenido de las webs especializadas en la comparación de ofertas y productos:

- ▶ Omnicanalidad.
- ▶ Legislación 2.0 para redes sociales.
- ▶ Publicidad en redes sociales.
- ▶ Conocimientos de transporte y logística.
- ▶ Nuevas tecnologías en el ámbito del transporte y la logística (GPS, localización, etc).
- ▶ Desarrollo de campañas de marketing especializadas.

Competencias transversales

Se han detectado importantes carencias en competencias transversales claves para el adecuado desempeño profesional en diferentes niveles de cualificación:

- ▶ En niveles más operativos de venta y atención al cliente tales como idiomas, atención al cliente, trabajo en equipo, técnicas de venta y comunicación, y polivalencia, entre otras.
- ▶ En mandos y personal de dirección y gerencia: habilidades directivas, atención al cliente, visión internacional, técnicas de venta y negociación, gestión de equipos, técnicas y estrategias de comunicación, gestión del cambio, trabajo en equipo, creatividad y flexibilidad/movilidad.

PRIORIDADES ESPECÍFICAS FORMACIÓN SECTOR TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

Las debilidades y amenazas más significativas giran en torno a los siguientes aspectos: falta de recursos humanos formados y especializados en gestión de la logística, falta de cualificación y experiencia en los profesionales del sector, oferta formativa deficitaria tanto en estudios superiores como de Formación Profesional, insuficiente desarrollo de cualificaciones profesionales, escaso conocimiento del sector y sus posibilidades de empleo entre los jóvenes en edad de es-

tudiar, mucha atomización del sector que impide implementar formación en tecnologías de la información y de la automatización.

Sería necesario potenciar el desarrollo de nuevas programaciones formativas y recursos de oferta educativa (tanto en la Formación profesional como a nivel de Grados universitarios) vinculadas a los cambios en las competencias y cualificación requerida en las ocupaciones clave del sector de transporte y almacenamiento en los diferentes niveles de cualificación y ofertas de educación y formación, y ello con un enfoque común e integrador de la formación que se imparte por las instituciones del sector público, el sector educativo y las empresas privadas; en particular, en las siguientes ocupaciones:

- ▶ Técnico/a de compras y aprovisionamiento.
- ▶ Jefe/a de tráfico.
- ▶ Director/a de logística.
- ▶ Responsable de stock.
- ▶ Ingeniero/a de métodos logísticos.
- ▶ Responsable de aduanas.
- ▶ Responsable de plataforma de distribución.
- ▶ Gerente de organización de la cadena de suministro.

Una de las mayores dificultades que tiene el sector para abordar los cambios que necesita está relacionada con la adquisición de nuevos conocimientos adaptados a las necesidades del personal que trabaja en el sector, así como al personal cualificado que se incorpore a la actividad.

PRIORIDADES ESPECÍFICAS FORMACIÓN SECTOR HOSTELERÍA Y TURISMO:

Cada vez se asume la importancia de potenciar la formación permanente de los trabajadores/as a efectos de mejorar la productividad y los niveles de calidad del sector, en particular la formación dirigida a mejorar las técnicas de atención al cliente y en la gestión de clientes.

Dentro del campo de hostelería, los expertos sectoriales han valorado la importancia de formación mediante certificados de profesionalidad en ámbitos como operaciones básicas de cocina y gestión de procesos de servicios de restauración.

Se han identificado las siguientes prioridades para el desarrollo de la formación en el sector:

- ▶ **Formación en los nuevos perfiles profesionales:** formación de planificadores de destinos turísticos, especialistas en mercados emisores, gestor cultural, gestor estratégico de ventas (revenue manager), gestor de canales (channel manager) y gestor de redes sociales (community manager): responsable de la gestión de comunidades virtuales y redes sociales con fines comerciales o de marketing, gestor de innovación, etc.
- ▶ **Formación en los nuevos perfiles en proceso de redefinición:** comercial (dominio de nuevos canales), responsable de marketing turístico, relaciones públicas, gestor de imagen de la marca, responsable de departamento de eventos, gestor de edificios turísticos, gestor de recursos energéticos e hidráulicos, etc.

7.3.3. Recomendaciones desarrollo de la formación en los sectores tradicionales

A) REVISIÓN DEL MODELO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PARA INCORPORAR NUEVOS ENFOQUES Y CRITERIOS BASADOS EN LA RACIONALIZACIÓN, INTEGRACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA OFERTA CURRICULAR EN LOS DIFERENTES NIVELES EDUCATIVOS Y DE FORMACIÓN.

Los modelos de formación en los diferentes sistemas (Educación, FP, FPE) de los sectores tradicionales deben realizar las mejoras necesarias para que sean capaces de promover actuaciones de desarrollo y mejora adecuadas a los cambios y desafíos actuales de cada sector.

Por tanto, para mejorar la eficacia y calidad de las estrategias sectoriales de formación es preciso:

- ▶ Partir de una correcta y actualizado diagnóstico de las actividades y procesos de formación en cada sector con desajustes en la oferta formativa y las necesidades de las empresas y las personas egresadas, en orden a determinar las causas que pueden incidir en los déficit de cobertura de la oferta formativa (para detectar en qué medida están ligados a problemas de la oferta formativa, a la inadecuación o déficit de los recursos precisos, o bien se deben a desajustes con la demanda del sector).
- ▶ Realizar un análisis de evaluación de las infraestructuras y recursos formativos actualmente disponibles en el sistema de Educación y formación para los sectores y su capacidad de dar respuesta a los requerimientos formativos del sector en sus diferentes áreas de competencias, así como a los derivados de las prescripciones establecidas en la normativa.
- ▶ Incluir un análisis proyectivo y anticipatorio de la demanda y la oferta de formación del sector en una perspectiva temporal de al menos tres años, con el fin de dimensionar adecuadamente los recursos e infraestructuras necesarias y estimar su coste de desarrollo. Dicho análisis debería incluir la dimensión territorial en cuanto a la demanda y oferta por sectores e islas.

Se recomienda elaborar un Plan Estratégico de la formación de los sectores tradicionales para la cobertura de las necesidades identificadas en cuanto a las dotaciones requeridas en materia de formación en cada sector que permita:

- ▶ Determinar el contenido de las actuaciones a desarrollar, así como el marco de planificación deseable para su consecución a medio plazo.
- ▶ Fortalecer el currículum de los perfiles clave en cada sector a través de la formulación e implementación de estrategias educativas significativas y pertinentes, vinculadas a una metodología de prácticas en diferentes áreas de actividad y profesional, tanto en competencias básicas, técnicas-específicas y transversales, así se podrá incidir en la calidad, coherencia y optimización de las cualificaciones y conseguir una mayor eficacia de las ofertas de Formación vinculadas a los sectores tradicionales.

B) PROMOVER EL DESARROLLO MÁS EQUILIBRADO DE LA OFERTA FORMATIVA A NIVEL TERRITORIAL, SECTORIAL Y DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS SUBSISTEMAS DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN.

Se aprecia, con carácter general, un despliegue limitado, heterogéneo y con desigual intensidad de la oferta formativa dirigida a los sectores tradicionales, caracterizado principalmente por la falta de una estrategia clara e integrada en la ejecución de los procesos de capacitación y formación, existiendo, con carácter general, una concentración muy alta de centros de formación y de oferta formativa de un número reducido de actividades y territorios insulares que contrasta con un importante déficit en otras actividades, perfiles profesionales y territorios.

En este sentido, se recomienda abordar un **plan de racionalización y ordenación de la oferta curricular dirigida a los sectores tradicionales** desde los diversos sistemas de educación y formación así como de la red de centros de formación relacionados con los sectores, en orden a equilibrar el diseño y programación de la oferta formativa atendiendo a criterios de cobertura de la pluralidad de actividades del sector, niveles de cualificación, subsistemas de formación como a escala provincial y específicamente insular.

Dicho plan permitirá:

- ▶ Promover un desarrollo más equilibrado de la oferta formativa en los diversos subsectores y ocupaciones para dimensionar la oferta ajustada a las necesidades a corto y medio plazo, en vista a ampliar y reforzar las áreas de formación donde están las necesidades más significativas para las empresas.
- ▶ Crear una oferta educativa, un mapa formativo de la estructuración ocupacional ordenada a fin de ampliar la capacidad para aprovechar las oportunidades de generación de empleos que ofrece el sector, así como que pueda darse respuesta a la diversificación de las actividades y el enfoque en crear experiencias únicas para cada sector e incidir en una buena reputación de cada sector.

Finalmente, este plan de racionalización y actualización de la oferta formativa se debería fundamentar como han apuntado los actores consultados en:

- ▶ **La necesidad de complementar y sumar esfuerzos del sistema público y privado de educación y formación.**
- ▶ **Un acuerdo estratégico para promover que Canarias se constituya en un referente de formación a nivel internacional.** Como ha expresado uno de los informantes clave consultados: “Hoy día la formación es un sector económico potente y si trabajamos juntos las instituciones públicas y privadas tenemos una oportunidad de mercado para configurar un sector económico relevante en la economía canaria”.

A nivel de los sistemas de educación y formación han surgido las siguientes líneas de actuación:

Mejoras en la Formación Profesional para el Empleo

Es relevante institucionalizar este proceso iterativo de adaptación de la formación a las nuevas necesidades y tendencias del mercado laboral en los sectores clave de la economía canaria, de forma que se conviertan en un mecanismo de mejora que potencie el equilibrio económico y social que resulta particularmente esencial en el período que se avecina de crisis económica y de empleo. En este sentido, las principales recomendaciones identificadas durante la realización del presente estudio serían las siguientes:

- ▶ **Flexibilización del proceso de adaptación del contenido de los certificados de profesionalidad y el Catálogo de Especialidades formativas del SCE**, de forma que las unidades formativas puedan ser actualizadas en función de las necesidades del mercado, y facilitar el acceso a las personas desempleadas y ocupadas enfocando la metodología a una formación semipresencial y online que les permita una mejor compaginación con las obligaciones laborales.
- ▶ En este proceso de adaptación y actualización será necesario **contemplar la conexión y transdisciplinariedad de las actividades económicas pero también de las áreas de competencias profesionales que conforman la realidad laboral y ocupacional de los sectores tradicionales**: en particular de las áreas de comercio, transporte y hostelería con la logística como nexo de todas las actividades formando una cadena de valor de actividades económicas y áreas de competencias técnicas y comunes en las que los vectores de la digitalización, el desarrollo sostenible y las competencias clave deberán formar parte de la estructuración ocupacional y formativa para el desarrollo de los itinerarios formativos en cada subsistema de educación, formación profesional y formación para el empleo.

De este modo se facilitaría la configuración flexible de itinerarios formativos con valor profesional real en cada sector que permita las pasarelas entre las diversas familias profesionales.

- ▶ **Incremento del número de horas prácticas profesionales** no laborales de los certificados de profesionalidad.
- ▶ **Adaptación de los requisitos de acceso de los alumnos a las particularidades de cada familia profesional.**
- ▶ **Diseño de nuevos currículos formativos que den respuesta a las necesidades de cualificación** de las ocupaciones con mayor presencia actualmente y proyección de crecimiento dentro de cada sector y área profesional.
- ▶ **Actualización y mejora de la formación en competencias transversales en la oferta formativa en los tres sectores de hostelería, comercio y transporte.**
- ▶ **Establecimiento de vías alternativas oficiales de acceso a la formación de los certificados de profesionalidad.**
- ▶ **Extensión de la metodología de talleres de trabajo** que aporten una orientación mucho más práctica.
- ▶ **Impulso y refuerzo de la promoción y difusión del sistema de formación para el empleo** en sus diferentes iniciativas.

- ▶ **Puesta en valor del sistema de formación como palanca de acceso al mercado laboral**
- ▶ **Mejora de la colaboración entre la administración pública y la empresa privada en especial con la pequeña y mediana empresa** para el desarrollo de los programas formativos.

Mejoras en la oferta formativa educación universitaria

- ▶ Los datos de caracterización de la oferta formativa a nivel universitario han evidenciado las limitaciones y déficits de la formación de grados y másteres dirigidos a estos sectores clave de la economía canaria, que resulta limitada en los sectores de hostelería y turismo y comercio y casi inexistente en el sector de transporte y almacenamiento, y ello tanto a nivel cuantitativo (escasa oferta de titulaciones que cubran de forma equilibrada todas las áreas profesionales) como a nivel cualitativo (en cuanto a la necesaria renovación de los currículos de las titulaciones para incorporar las nuevas competencias a desarrollar, como enfoques pedagógicos y de aplicación práctica a la realidad profesional y el impulso de la formación on line y semipresencial).
- ▶ En este sentido, se evidencia la necesidad de ampliar, actualizar y diversificar la oferta formativa a nivel de estudios universitarios para las actividades económicas de alto crecimiento o potencial en los sectores tradicionales como son: turismo de aventura, actividades de ocio, en el transporte sostenible, la logística y la cadena de suministro, el comercio electrónico, entre otras áreas diversificadas. Ampliando las opciones de salidas permitirá cubrir los requerimientos procedentes de la rápida diversificación de los sectores de hostelería, comercio y transporte.

Mejoras en la oferta formativa Formación Profesional Reglada

- ▶ La Formación Profesional debe seguir un camino de renovación y actualización de las titulaciones y programaciones, contar con una mayor dotación de recursos para ser capaz de dar respuesta a la demanda creciente de este tipo de formación por parte de las empresas que reconocen la mayor capacidad de adecuación a las necesidades cambiantes y prácticas de la actividad productiva; en este sentido, se recomienda un impulso más decidido y mejor planificado de las necesidades de formación profesional a nivel de las actividades de los sectores tradicionales y su implantación insular.
- ▶ Asimismo se demanda una apuesta más ambiciosa por la formación dual y apegada a las necesidades de las empresas que flexibilice los requisitos administrativos, incentive la participación de los sectores y las empresas en la programación de las actividades formativas y estimule la mayor participación de las empresas en los procesos de cualificación y aprendizaje en el puesto de trabajo, en orden a mejorar la eficacia e impacto de esta modalidad de formación en alternancia entre los centros de formación y la actividad laboral.

C. PROMOVER EL DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA BAJO CRITERIOS DE INNOVACIÓN Y ADECUACIÓN A LA EVOLUCIÓN DE LOS PERFILES PROFESIONALES EN LOS SECTORES TRADICIONALES

Desarrollar nuevos itinerarios formativos encaminados a una visión más global e integral pero que contemple también las necesidades de especialización del personal, más allá de la formación específica tradicional existente en cada sector.

Es necesario crear un mapa formativo de la estructuración ocupacional ordenada de los sectores a fin de ampliar la capacidad para aprovechar las oportunidades de generación de empleos que ofrecen los sectores de Hostelería, Comercio y Transporte.

- ▶ Las empresas otorgan una alta valoración a criterios como la actitud, disposición e interés, el conocimiento de idiomas y habilidades sociales, además de conocimientos técnicos y experiencia. Estos criterios deben agregarse en los programas de formación vigentes.
- ▶ Potenciar el desarrollo de nuevas programaciones formativas y recursos de oferta educativa (en la Formación Profesional y la Formación Profesional para el Empleo como a nivel de estudios universitarios) vinculadas a los cambios en las competencias y cualificación requerida en las ocupaciones clave, para reforzar formación en las competencias de áreas temáticas como inteligencia emocional, liderazgo, toma de decisiones, motivación, responsabilidad social en las empresas, actitud hacia el servicio y el aprendizaje continuo y la adecuación necesaria en el trato con grupos diversos.
- ▶ Otros aspectos que se sugiere incluir en la formación es la capacitación para el desarrollo de competencias digitales y tecnológicas básicas para el personal operativo y avanzadas para los profesionales cuya actividad se desarrolle en el ámbito de la tecnología.
- ▶ Incluir temas medioambientales en los programas de formación en hostelería, comercio y transporte: las actividades de los sectores clave dependen gran medida de un entorno medioambiental apropiado por lo cual implementan acciones relacionadas con el cuidado medioambiental y la sostenibilidad de los recursos

Desarrollar medidas para mejorar la calidad, innovación y flexibilidad de la infraestructura formativa (docentes, instalaciones, medios pedagógicos y didácticos).

De la valoración realizada por las empresas, expertos, centros de formación, agentes sociales y administración pública se sugiere implementar programas más flexibles que den respuesta rápida a la demanda de las empresas; también demandan actualizaciones en la metodología y en los contenidos en atención a las necesidades específicas de cada sector.

- ▶ **La calidad docente fue bien valorada pero se considera que pudiera mejorarse los métodos didácticos y los recursos y materiales.** Es necesario ampliar la base profesional de los docentes y las competencias docentes de los profesionales de los sectores con vocación para participar en los procesos de formación y actualización de la enseñanza (las metodologías usadas y los contenidos).
- ▶ **La infraestructura formativa debe adecuarse a estos cambios y mantener mecanismos de actualización frecuentes para atender las necesidades del sector empresarial.** Su-

gerencias para reorientar la oferta de formación existente en la actualidad: promover un enfoque en competencias general además de las específicas o técnicas, potenciar recursos económicos, incrementar prácticas, actualización de los planes de estudio, inversión en innovación de métodos y recursos educativos, revisión de horarios de desarrollo presencial, etc.

- ▶ **Se recomienda potenciar los modelos de formación dual o en alternancia** en la que los contenidos teóricos estén actualizados y sean impartidos por un profesorado bien formado y con amplia experiencia en los sectores. Además, esta formación ha de ir destinada principalmente a aquellos puestos más demandados en el sector por la falta de personas con determinados conocimientos, como son los mandos intermedios y superiores.
- ▶ **Potenciar la formación para el emprendimiento ya que el nivel de contrataciones de procesos en los sectores de hostelería, comercio y transporte es alto** y en el nuevo escenario de inicio de la reactivación económica va a ser esencial promover el emprendimiento.
- ▶ **Propuestas y recomendaciones de mejora de los modelos formativos**

Los centros de formación han planteado algunas recomendaciones y propuestas para avanzar en la mejora de los modelos de formación en los sectores tradicionales que podemos resumir en las siguientes:

- ▶ Apostar por la máxima digitalización de la formación. La teleformación debe contribuir a garantizar los procesos de digitalización con espacios personalizados.
- ▶ Asumir el liderazgo en sectores formativos como el turismo.
- ▶ Atraer los mejores profesionales para la formación.
- ▶ Generar un modelo de formación interdisciplinar e integral en competencias técnicas, sociales y valores.

D. PROPUESTA DE MEJORA DE LOS SISTEMAS ON-LINE DE FORMACIÓN PARA LOS SECTORES TRADICIONALES

Finalmente se contemplan propuestas de mejora asociadas a mejorar la calidad, innovación y adecuación de la formación en modalidad semipresencial y entornos virtuales que adquieren en el nuevo escenario generado por el Covid-19 una importancia capital para el futuro de la educación y la formación.

- ▶ Promover el desarrollo de proyectos específicos basados en la formación no presencial, mediante el apoyo de la tecnología, que permita acceder a la formación a colectivos y empresas que carecen, en su zona de influencia, de la posibilidad de participar en acciones de formación presencial.
- ▶ Clarificar, flexibilizar y unificar los requisitos requeridos para homologar, considerar válidas y, por tanto, justificables, las acciones de formación en modalidades semipresenciales y virtuales.
- ▶ Desarrollar programas semipresenciales orientados a personas que ya están ocupadas en los sectores tradicionales y que van a ver limitadas las posibilidades de acceso a la formación presencial, a fin de aumentar la profesionalidad y la formación y educación

de estos. Estos programas pueden incluirse todos los niveles desde FP media y superior, formación para el empleo y educación universitaria.

Como resultado del análisis de las debilidades, amenazas, oportunidades para el desarrollo de los modelos de formación virtual, on line o teleformación se han planteado algunas líneas de mejora:

- ▶ Promover en las diferentes programaciones la incorporación de entornos virtuales de aprendizaje que empleen contenidos abiertos, plataformas con pleno acceso a través dispositivos móviles y un aprendizaje donde cobren especial relevancia los entornos y redes personales de aprendizaje en los participantes.
- ▶ Fortalecer capacidades de equipos docentes de los sectores en modalidades no presenciales mediante la generación de metodologías y acciones específicas de capacitación tutorial.
- ▶ Desarrollo de nuevos enfoques pedagógicos y tecnológicos que ofrezcan entornos de colaboración donde alumnos y docentes ponen en común ideas, dudas, casos prácticos, soluciones; propuestas todas que convierten la interacción en un elemento facilitador del aprendizaje.
- ▶ Esta metodología se debería reforzar con la experiencia del equipo asesor y tutorial compuesto por profesionales en activo de cada sector de actividad cubriendo uno de los principales objetivos: acercar la experiencia de la empresa al mundo de la educación, haciendo de la aplicación práctica el principal valor añadido de la formación.

8.

—

Anexos

8.

Anexos

ANEXO 1. Bibliografía

- ▶ ADECCO (2019), “Barómetro laboral de la logística, el Transporte y el E-commerce de ADECCO y UNO”, edición propia.
- ▶ ANGED (2020), “Resumen de indicadores”, Edición propia.
- ▶ BBVA (2019), “Situación Canarias”, Edición propia.
- ▶ Cadena de suministro, “Tendencias 2019”, edición propia, nº14.
- ▶ CCE, Confederación Canaria de Empresarios (2019), “Coyuntura socioeconómica, informe mensual de coyuntura socioeconómica de la confederación canaria de empresarios”, edición propia.
- ▶ CEOE (2019), “El sector comercio en la economía española”, Edición propia.
- ▶ DELOITTE (2020), “EDICIÓN ESPECIAL IMPACTO ECONÓMICO COVID 19”, Edición propia.
- ▶ EXCELTUR (2018), “Estudio sobre el empleo en el sector turístico español”, Edición propia.
- ▶ EXCELTUR (2019), “Perspectivas turísticas- Valoración empresarial del segundo trimestre y expectativas para el verano de 2019”, Edición propia.
- ▶ EXCELTUR (2019), “Perspectivas turísticas- Valoración turística empresarial de 2018 y perspectivas para 2019”, Edición propia.
- ▶ IMPACTUR (2018), “Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de las Islas Canarias”, Edición propia.
- ▶ KPMG Y CEOE, “Perspectivas España 2020”, edición propia.
- ▶ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019). “Informe trimestral de competitividad”, Edición propia.
- ▶ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019). “Principales indicadores económicos- Estudios y evaluación de instrumentos de política comercial”, edición propia.

- ▶ Ministerio de Fomento (2018), “El transporte en España, un sector estratégico. Informe sobre la aportación del transporte y sus retos futuros”, Edición propia.
- ▶ OBECAN, Observatorio Canario de Empleo (2020),” Informe ERTES 2020”, edición propia.
- ▶ OBECAN, Observatorio Canario de Empleo (2020),” Informe de paro y contratos Mensual- Marzo 2020”, edición propia.
- ▶ OBECAN (2019), “Resumen informe de paro y contratos mensual”, edición propia.
- ▶ ORANGE. “La transformación digital en el sector turístico”, edición propia.
- ▶ Organización Mundial del Comercio (2019), “Informe sobre comercio mundial 2019. El futuro del comercio de servicios”, edición propia.
- ▶ Organización Mundial del Comercio (2019), “Examen estadístico del comercio mundial 2019”, edición propia.
- ▶ OTLE, Observatorio de transporte y logística en España (2018),”Informe Anual 2018”, Edición propia.
- ▶ OTLE, Observatorio de transporte y logística en España (2019),” La transformación digital en el transporte”, edición propia.
- ▶ OTLE, Observatorio de transporte y logística en España (2019),”Informe anual 2019”, Edición propia.
- ▶ OTLE, Observatorio de transporte y logística en España (2018),” El transporte internacional de mercancías en España”, Edición propia.
- ▶ OTLE, Observatorio de transporte y logística en España (2018).
- ▶ SEPE, Servicio Público de Empleo Estatal (2019). “Características sociodemográficas y perfiles competenciales de los trabajadores del sector turismo”, edición propia.
- ▶ SEPE, Servicio Público de Empleo Estatal (2019). “Estudio prospectivo del sector Comercio minorista en España”, edición propia.
- ▶ SEPE, Servicio Público de Empleo Estatal (2019). “Estudio prospectivo del Sector Logístico”, edición propia.
- ▶ SEPE, Servicio Público de Empleo Estatal (2019). “Informe de prospección y detección de necesidades formativas”, Edición propia.
- ▶ World Travel & tourism council (2019), “Economic impact 2019 world”, edición propia.

ANEXO 2. Investigación cuantitativa

ENCUESTA SOBRE LOS SECTORES TRADICIONALES CON MAYOR PESO EN LA ECONOMÍA CANARIA

IDENTIFICACIÓN

Nombre o razón social de la empresa

NIF

Domicilio fiscal (calle, plaza, paseo...)

Código Postal Municipio

Provincia

Teléfono Fax E-mail

NATURALEZA, LEGISLACIÓN Y FINALIDAD

La información recogida a través de esta entrevista está sujeta a las normas del Código Internacional CCI/ESOMAR, y la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, garantizando el estricto respeto del anonimato de la persona que participa en este estudio.

Los resultados del tratamiento anónimo de la información tendrán como fin exclusivo la elaboración del “Estudio de Prospección de los sectores tradicionales con mayor peso en la economía canaria” para la Confederación Canaria de Empresarios.

El objetivo de esta encuesta es recabar información acerca de las tendencias de evolución de los sectores tradicionales con mayor peso de la economía canarias a nivel económico-empresarial, en el empleo y las necesidades de formación asociadas

INSTRUCCIONES GENERALES

Unidad de información: La información que se solicita en este cuestionario se refiere a la empresa. Se entiende por empresa a toda unidad jurídica que constituye una unidad organizativa de producción de bienes y servicios, que disfruta de una cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone.

Estructura del cuestionario: El cuestionario se compone de tres módulos:

- a. Caracterización económico-empresarial.
- b. Estructura y dinámica del empleo: Ocupaciones/Puestos de trabajo.
- c. Valoración de la oferta formativa, formación realizada y necesidades de formación.

Período de referencia: Los datos que traslade a la encuesta se deben referir al momento actual (último trimestre de 2019), salvo que en la pregunta se especifique lo contrario.

Plazo de remisión: Este cuestionario, cumplimentado con la información solicitada, debe ser devuelto en un plazo no superior a **15 días naturales**.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Tipo de sociedad:

- Empresario/a individual
- Sociedad limitada
- Sociedad anónima
- Sociedad cooperativa

N.º total de empleados/as:

- 0 - 2
- 3 - 9
- 10 a 49
- 50 a 249
- 250 a 500
- Más de 500

Año de creación

Antigüedad de la empresa:

- Menos de 1 año
- Entre 1 y 3 años
- Más de 3 años

Edad media de la plantilla:

- Menores de 30 años
- Entre 30 y 45
- Entre 46 y 55
- Más de 55 años

Sector de actividad: CNAE - 2009

RELACIÓN DE SECTORES

(Marcar con una X en las casillas que correspondan)

- | | |
|--|--------------------------|
| (45) Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas | <input type="checkbox"/> |
| (46) Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motoc. | <input type="checkbox"/> |
| (47) Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas | <input type="checkbox"/> |
| (49) Transporte terrestre y por tubería | <input type="checkbox"/> |
| (50) Transporte marítimo y por vías navegables interiores | <input type="checkbox"/> |
| (51) Transporte aéreo | <input type="checkbox"/> |
| (52) Almacenamiento y actividades anexas al transporte | <input type="checkbox"/> |
| (53) Actividades postales y de correos | <input type="checkbox"/> |
| (55) Servicios de alojamiento | <input type="checkbox"/> |
| (56) Servicios de comidas y bebidas | <input type="checkbox"/> |

A. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICO-EMPRESARIAL

A.1. Valore el nivel de impacto de los factores que están incidiendo en la competitividad o contexto actual del sector, en los aspectos señalados a continuación, de acuerdo con su opinión.

(Para cada uno de ellos, marque sólo una de las cinco opciones).

FACTORES DE IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD:	Ningún impacto	Bajo impacto	Impacto medio	Alto impacto	Muy alto impacto
a) Factores de mercado (demanda, competencia, precios, servicios, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Contexto económico nacional e internacional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Cambios en hábitos, modelos de consumo o comportamiento de clientes,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Factores económicos (Costes y productividad).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Inversión de capital extranjero.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Tecnológicos (internos / externos).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Normativos (incluyendo Certificaciones a nivel nacional e internacional).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Disponibilidad y capacitación de recursos humanos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Enfoques de desarrollo sostenible y cumplimiento de Objetivos de desarrollo sostenible (ODS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y PROCESOS DESARROLLADOS

A.2. Indique su parecer sobre la actividad productiva de la empresa a corto plazo (1 a 3 años)

- Permanecerá igual
- Se diversificará
- Se expandirá localmente
- Se expandirá internacionalmente
- Cambiará radicalmente a otra actividad

A.3. En el proceso productivo de su empresa:

	Corto plazo (1 a 3 años)		Medio plazo (3 a 5 años)	
	Si	No	Si	No
Han cambiado (CAMBIARAN) los métodos de organización del trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se han creado (CREARAN) nuevas tareas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Han aparecido (APARECERAN) nuevas profesiones/puestos de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se han implantado (SE IMPLANTARÁN) nuevos mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se ofrecen (OFRECERAN) nuevos productos y/o servicios a los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se han introducido (SE INTRODUCIRAN) nuevas tecnologías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A.4. La inversión de la empresa en nuevas tecnologías y procedimientos de gestión (inversión en activos materiales) a corto (1 a 3 años) y medio plazo (3 a 5 años).

	SE VA A REDUCIR	SE VA A MANTENER	VA A CRECER
A corto plazo (1 a 3 años)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A medio plazo (de 3 a 5 años)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A.5. De los siguientes tipos de innovaciones tecnológicas, indíquenos cuáles de ellas se aplican en su empresa o se piensan incorporar a corto plazo

TECNOLOGÍAS	Si	No, pero piensa incorporar	No	NS/NC
Tecnologías enfocadas a mejorar producto. Conocimientos y experiencias que permita la mejora de la estructura, propiedades y características funcionales de un producto. (Equipos, maquinaria Impresión 3D, Robótica)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tecnología de enfocadas a la mejora de procesos. (Se refiere a las innovaciones de tipo organizacional, administrativo y de comercialización como ERP utilizado para gestionar los recursos compartiendo la información entre las diferentes áreas funcionales como contabilidad, planificación, producción, marketing; o CRM software para gestionar la información de los clientes)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TICS y transformación digital: Big data, Tecnología de almacenamiento automatización y digitalización de operaciones, la nube (Cloud Computing) "Internet de las Cosas" o dispositivos conectados en la nube, Tecnologías de Ciberseguridad, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras (especificar):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B. ESTRUCTURA Y DINÁMICA DEL EMPLEO: OCUPACIONES/PUESTOS DETRABAJO.

B.1. ¿Qué previsión de contratación tiene su empresa?

	1. Disminuirá	2. Se mantendrá igual	3. Aumentará
A corto plazo (1 a 3 años)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A medio plazo (de 3 a 5 años)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B.2. Podría indicarnos la previsión de creación de empleo en su empresa para los próximos 3 años por áreas o departamentos

(Valorar de 1 a 5 el nivel de expectativas de creación de empleo, según la escala especificada)

DEPARTAMENTOS/ÁREAS FUNCIONALES	1 Reducción importante del empleo	2 Reducción moderada del empleo	3 Mantenimiento del empleo	4 Crecimiento moderado del empleo	5 Crecimiento significativo del empleo
Gerencia y Supervisión					
Comercialización, marketing y ventas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Producción y/o Prestación del servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestión Económico-Financiera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestión administrativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logística, compras y aprovisionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recursos Humanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad, Seguridad y Protección Medioambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantenimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Área Informática y TICS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (especificar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B.3. ¿Cuáles son los GRUPOS PROFESIONALES con mayor demanda de contratación y mayores dificultades de cobertura?

(Señalar máximo 5 opciones)

GRUPOS PROFESIONALES	Mayor demanda de contratación	Dificultades de cobertura
Ingenieros y Licenciados. Personal de alta dirección	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ingenieros Técnicos. Peritos y Ayudantes Titulados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jefes Administrativos y de Taller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ayudantes no Titulados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oficiales Administrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Subalternos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auxiliares Administrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oficiales de primera y segunda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oficiales de tercera y Especialistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajadores menores de 18 años cualquiera que sea su categoría profesional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B.4. Podría indicarnos la previsión de contratación por NIVEL DE ESTUDIOS

(Señalar las opciones que considere)

- Estudios Universitarios y postgrado
- FP grado superior
- FP grado medio
- Bachillerato
- Sin estudios

B.5. Podría valorar las principales causas de la DIFICULTAD DE ENCONTRAR PERFILES ADECUADOS.

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

FACTORES	1	2	3	4	5
Falta de Formación adecuada para el puesto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Insuficiencia dominio de otros Idiomas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de experiencia adecuada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El salario ofertado no cubre las expectativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta movilidad geográfica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de adaptación a las nuevas tecnologías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Déficit de actitud/disposición/interés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Condiciones laborales del sector (jornada, salario, horarios de trabajo, etc.) no responden a las expectativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imagen y falta de atractivo del sector	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cambios en los perfiles profesionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de perfiles especializados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B.6. Valore los factores que más influyen a la hora de SELECCIONAR A UN CANDIDATO/A

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

FACTORES	1	2	3	4	5
Formación adecuada y específica para el puesto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiencia previa adecuada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Habilidades sociales: trabajo en equipo, liderazgo, empatía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Competencias digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actitudes/disposición interés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Referencias del candidato/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manejo de idiomas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expectativa salarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Competencias clave: creatividad, capacidad de adaptación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disponibilidad para viajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B.7. ¿Cuáles cree que son los perfiles con mayor perspectiva de crecimiento a corto plazo (1 a 3 años)?

PERFILES CON MAYOR PERSPECTIVA DE CRECIMIENTO A CORTO PLAZO:

B.8. ¿Cuáles cree que son las ocupaciones que están experimentando mayores cambios en las funciones y competencias?

OCUPACIONES QUE ESTÁN EXPERIMENTANDO MAYORES CAMBIOS:

B.9. A continuación, voy a presentarle una serie de factores ligados al entorno empresarial que pueden provocar cambios a corto y medio plazo en las funciones y competencias de los trabajadores/as de su empresa.

(Para cada uno de estos factores valore su nivel de impacto, utilizando una escala de 1 a 5)

1 significa “no modifica las funciones del trabajador/a”

5 significa que “modifica completamente las funciones del trabajador/a”

FACTORES	1	2	3	4	5
Innovación tecnológica, cambio tecnológico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cambios productivos (nuevos productos/servicios o modificaciones de productos o servicios de la empresa)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollo y/o mejora de la empresa, cambios organizativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Problemas o disfunciones existentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cambios económicos- mercado (crecimiento/reducción)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cambios normativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros factores:.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C. VALORACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA, FORMACIÓN REALIZADA Y NECESIDADES DE FORMACIÓN.

VALORACIÓN DE LA FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES/AS Y DE LA OFERTA FORMATIVA DEL SECTOR

C.1. Valore los siguientes factores del personal de su empresa

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada adecuada y 5 muy adecuada)

FACTORES	1	2	3	4	5
Nivel de formación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de competencias técnicas específicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de competencias transversales/soft (iniciativa, compromiso, responsabilidad, trabajo en equipo, orientación comercial, servicio al cliente, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El grado de satisfacción en el ejercicio laboral de los actuales empleados de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de la experiencia previa de los empleados/as en el puesto de trabajo y en el sector	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C.2. ¿Podría indicarnos cuál es el modelo de desarrollo de la actividad de formación que se realiza en la empresa en cuanto a su desarrollo interno o de manera externalizada?

(Puede seleccionar más de una respuesta)

- Formación dentro de la empresa (con monitores interno)
- Formación externa (Centros de estudios o capacitación técnica)
- Utilizo las dos vías de formación (interna y externa)
- No realiza actividad de formación y capacitación
- Otros.....

C.3. Podría indicarnos las vías más utilizadas de formación del personal

- Formación privada
- Formación para el empleo- Formación programada por las empresas

- Formación para el empleo- Planes de formación de ocupados de organizaciones del sector
- Programas de formación de alternancia con el empleo (FP Dual)
- Otras.....

C.4. ¿Qué porcentaje de sus trabajadores/as han participado en procesos de formación organizados por la empresa en los últimos 3 años?

- 0% - 25%
- 26% - 50%
- 51% - 75%
- 76% - 100%

C.5. Podría indicarnos si su empresa ha participado, o tiene previsto participar, en proyectos de Formación Profesional Dual. (Modalidad de formación profesional que se realiza en alternancia entre el centro educativo y la empresa).

- Si, he participado
- No, pero tengo previsto participar a corto plazo
- No he participado ni tengo previsto participar en programas de FP Dual

C.6. Valore los siguientes aspectos de la oferta formativa del sector:

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada adecuada y 5 muy adecuada)

FACTORES	1	2	3	4	5
Calidad de la oferta. Diseño, contenidos, materiales, docentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adecuación a las necesidades de formación de las empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equilibrio en la distribución de la oferta en todas las áreas de actividad y puestos del sector	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexibilidad de la oferta. Capacidad de adaptación y actualización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Innovación de la oferta: en el diseño, metodología didáctica, formación en línea, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visibilidad y Accesibilidad de la oferta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio de la oferta formativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C.7. ¿Cuáles son las titulaciones universitarias que más demanda?

(Señalar máximo 5 opciones)

- Ingenierías
- ADE, Economía, marketing
- Medicina, enfermería

Informática

- Biología y ciencias ambientales
- Ciencias químicas
- Derecho
- Matemáticas y Estadística
- Humanidades
- Otras.....

C.8. ¿Cuáles son las ramas que más demanda de los títulos de FP?

(Señalar máximo 5 opciones)

- Fabricación mecánica
- Electricidad y electrónica
- Administración, comercio, marketing
- Instalación y mantenimiento
- Sanidad, servicios socioculturales
- Informática, comunicación, imagen
- Hostelería y turismo
- Edificación y obra civil
- Industrias alimentarias

Actividades físicas y deportivas

Agrarias

Otras

C.9. Respecto a la plantilla actual de personal, ¿Qué FORMACIÓN ESPECÍFICA necesitarían sus trabajadores/as para adaptarse a las necesidades de la empresa a corto plazo (1 a 3 años)?

Anotar la formación específica necesaria

DIRECTIVOS/AS
MANDOS INTERMEDIOS
TÉCNICOS/AS
OPERARIOS
ADMINISTRATIVOS/AS
OTROS (Especificar)

C.10. Indique el orden de prioridad, según su opinión, en áreas de formación que sugiere sería importante formar a los futuros empleados del sector, para incorporar nuevas ofertas curriculares para el sistema educativo.

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada prioritario y 5 muy prioritario)

ÁREAS DE FORMACIÓN	1	2	3	4	5
IDIOMAS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TECNOLOGÍA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GESTIÓN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TÉCNICA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OPERACIONES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
COMERCIAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICIO O ATENCIÓN AL CLIENTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C.11. ¿Existen, en su opinión, necesidades formativas no cubiertas por la oferta formativa existente?

SI

NO

¿Cuáles serían prioritarias?

OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE LA FORMACIÓN

C.12. Valore los principales obstáculos que se encuentra a la hora de desarrollar óptimamente los programas formativos en su empresa.

Valorar de 1 a 5 (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

FACTORES	1	2	3	4	5
Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Problemas de motivación de los trabajadores/as	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compatibilidad horaria de la actividad laboral con la formación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de recursos económicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estacionalidad de la actividad del sector.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros: (Especificar).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO 3. Investigación cualitativa

ENTREVISTA SOBRE LA PROSPECCIÓN DE LOS SECTORES CON MAYOR PESO EN LA ECONOMÍA CANARIA.

IDENTIFICACIÓN

Nombre o razón social de la empresa

NIF

Domicilio fiscal (calle, plaza, paseo...)

Código Postal Municipio

Provincia

Teléfono Fax E-mail

Nombre del entrevistado

Cargo del entrevistado

Fecha de la entrevista Hora de la entrevista

Número de grabación

Entrevistador/a

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Sector de actividad: CNAE - 2009

Área de actividad	<input type="checkbox"/>
Sector Comercio	<input type="checkbox"/>
Sector Transporte y Almacenamiento	<input type="checkbox"/>
Sector Hostelería y Turismo	<input type="checkbox"/>

INTRODUCCIÓN (duración 2 minutos)

a. Identificarse ante el entrevistado.

b. Objetivo de la entrevista. **Leer literalmente:**

“El objetivo de esta entrevista es recabar información acerca de las tendencias de evolución de los sectores más relevantes de la economía canarias a nivel económico-empresarial, en el empleo y las necesidades de formación asociadas para la elaboración de un estudio de prospección sectorial que realiza la Confederación Canaria de Empresarios”

c. Confidencialidad. **Leer literalmente:**

“La información recogida a través de esta entrevista está sujeta a las normas del Código Internacional CCI/ESOMAR, garantizando el estricto respeto del anonimato de la persona que participa en este estudio. Los resultados del tratamiento anónimo de la información tendrán como fin exclusivo la elaboración del citado estudio, su opinión será analizada de forma agregada entre todos los entrevistados que participan”.

d. Solicitar permiso para realizar la grabación en audio de la entrevista.

BLOQUE 1. CONTEXTO GENERAL DE LA ECONOMÍA Y EL EMPLEO SECTORIAL.

1.1. ¿Podría describirme de forma general la actividad de su empresa y su ubicación dentro del sector Industrial, hostelería y turismo/Comercio/ Transporte y Logística?

1.2. Desde su conocimiento, ¿cómo valora la situación y tendencias de evolución económica del sector a nivel nacional e internacional?

INDAGAR OPINION RESPECTO A LOS SIGUIENTES PARAMETROS

- ▶ Peso y aportación del sector a la economía local y regional: PIB y VAB.
- ▶ Productividad generada por el sector
- ▶ Volumen de negocio y facturación a nivel nacional e internacional.
- ▶ Inversión de las empresas nuevas tecnologías y procedimientos de gestión (Inversión en activos materiales)

1.2.1. Y en los mismos términos, ¿a nivel de Canarias?

1.3. En su opinión ¿En función de qué criterios se estructura el sector en la actualidad?

Si en espontáneo no ofrece información sugerir como criterios:

- ▶ Los recursos (clima, patrimonio cultural, riqueza paisajística, tranquilidad, etc.)
- ▶ La oferta
- ▶ Distribución territorial: concentración territorial del sector, desequilibrios territoriales
- ▶ Presencia de capital extranjero
- ▶ Los criterios sociodemográficos (país de procedencia, edad, profesión, ingresos, etc.),
- ▶ Tamaño de las empresas
- ▶ Especialización por productos

1.4. ¿Cuáles son los principales modelos de organización en su empresa y las empresas del sector?

INDAGAR

- ▶ Modelos de organización interna: Estructura departamentos, organigrama tipo
- ▶ Modelos de organización externa: Alianzas/Asociación/convenios/subcontratas con otras instituciones, etc.

1.5. ¿Qué sistemas de gestión de la calidad se utilizan habitualmente en las empresas del sector? En caso afirmativo, ¿Podría especificarme que normas se aplican en las empresas del sector, al margen de la legislación de carácter obligatorio?

1.6. ¿Cuáles son las tecnologías más relevantes y predominantes en el sector?

INDAGAR

Tecnologías enfocadas a mejorar producto (conocimientos y experiencias que permite conocer la estructura, propiedades y características funcionales de un producto.) Impresión 3D, Robótica

Tecnología de enfocadas a la mejora de procesos: Tecnologías Blandas ("soft technology"). Se refiere a las innovaciones de tipo organizacional, administrativo y de comercialización como CRM. Tecnologías Duras (que se refiere a aspectos puramente técnicos de equipos, construcciones, procesos y materiales.)

TICS y Transformación digital: Big data, Tecnología de almacenamiento automatización y digitalización de operaciones, CLOUD "Internet de las Cosas" o dispositivos conectados en la nube, Tecnologías de Ciberseguridad.

En Particular en cuanto a las TICS INDAGAR

- ▶ Big Data" dado que el análisis masivo de macro datos facilita la hipersegmentación y la personalización de los servicios.
- ▶ La robótica se intuye también como una de las próximas revoluciones
- ▶ La Inteligencia Artificial ya está presente en las principales actividades empresariales
- ▶ La generalización de la realidad virtual y de la realidad aumentada
- ▶ Las aplicaciones del Blockchain
- ▶ La ciberseguridad

BLOQUE 2. EVOLUCIÓN Y PROSPECTIVA ECONÓMICA DEL SECTOR

2.1. **¿Cuáles cree que son los principales condicionantes para la evolución y crecimiento del sector a medio y largo plazo?**

2.2. **¿Cómo esta evolucionado el sector, en relación con la situación del país y con otros países del entorno?**

INDAGAR

- ▶ Cambios a nivel económico.
 - Cambios a nivel de mercado.
 - Cambios a nivel social
 - Utilización de empresas externas (consultoría, investigación, I+D, etc....)
 - Cambios de carácter tecnológico:
 - Relaciones laborales:
 - Subcontratación de trabajos a terceras empresas, actividades y áreas más sujetas a la subcontratación, tasa sobre el total del servicio.
 - Cambios de carácter normativo: Calidad, Medioambiente, regulaciones técnicas.

2.3. **¿Cuáles son en su opinión los factores críticos de competitividad para el sector?**

INDAGAR

- a. Factores de mercado (demanda, competencia, precios, servicios, etc.)
- b. Contexto de relaciones internacionales y acuerdos de la Rep. Dom. con otros países
- c. Cambios en hábitos o modelos de consumo turístico o comportamiento de clientes, formas de reservar o usar los servicios y expectativas de clientes

- d. Factores económicos (Costos y productividad)
- e. Inversión de capital extranjero.
- f. Tecnológicos (interno / externos, Bigdata, reservas on line, etc.)
- g. Normativos (incluyendo Certificaciones a nivel nacional e internacional)
- h. Disponibilidad y Capacitación de recursos humanos
- i. Enfoques de desarrollo sostenible y cumplimiento de Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

2.5. En conclusión, ¿Podría indicarme cuáles son las potencialidades, debilidades, amenazas y oportunidades del sector a corto plazo (1 a 3 años) y medio plazo (3 a 5 años)?

FACTORES INTERNOS

DEBILIDADES.

FORTALEZAS.

FACTORES EXTERNOS

AMENAZAS

OPORTUNIDADES

BLOQUE 3. EVOLUCIÓN Y PROSPECTIVA DEL EMPLEO, LOS PERFILES PROFESIONALES

3.1. Valore los siguientes aspectos del personal de su empresa

- ▶ Nivel de formación.
- ▶ Nivel de competencias técnicas específicas.
- ▶ Nivel de competencias transversales/soft (iniciativa, compromiso, responsabilidad, trabajo en equipo, orientación comercial, servicio al cliente, etc.).
- ▶ El grado de satisfacción en el ejercicio laboral de los actuales empleados.
- ▶ Nivel de la experiencia previa de los empleados/as en el puesto de trabajo.

PREVISIONES DE EVOLUCIÓN DEL EMPLEO

3.2. ¿En su opinión, ¿cuáles son las principales transformaciones que está sufriendo el sector materia de empleo?

3.3. Atendiendo a la perspectiva de generación de empleo en el sector productivo de su especialidad, ¿cuál es la previsión de crecimiento a corto o mediano plazo?

[Marque con una X en donde corresponda]

Ocupaciones	Decremento	Mantenimiento	Crecimiento a corto plazo (1 a 3 años)	Crecimiento a medio plazo (3 a 5 años)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PROSPECTIVA CUALITATIVA DE LOS PERFILES PROFESIONALES

Selección y validación del repertorio de ocupaciones del sector

3.4. Del siguiente listado de ocupaciones pertenecientes al sector (presentar listado de ocupaciones) identificar:

- ▶ Ocupaciones clave * aquellas ocupaciones que están adquiriendo mayor relevancia en los últimos años.
- ▶ Ocupaciones en desaparición *
- ▶ Ocupaciones en cambio * Son aquellas cuyo contenido de trabajo provoca cambios; las actividades, conocimientos, capacidades y habilidades para su ejercicio son significativamente diferentes de los codificados en su origen en estructuras ocupacionales vigentes.
- ▶ Ocupaciones emergentes * Las ocupaciones emergentes incluyen tareas, competencias y conocimientos que son completamente nuevos

3.5. ¿Podría indicar cuáles son los factores de cambio que inciden y las nuevas competencias requeridas en esas ocupaciones en cambio?

OCUPACIONES DE CAMBIO	FACTORES DE CAMBIO	COMPETENCIAS ESPECIFICAS (**)	COMPETENCIAS GENERALES (***)

INDAGAR

- ▶ Cambios económicos. (Modelos productivos, tendencias de mercado, etc....)
- ▶ Cambios tecnológicos.
- ▶ Cambios organizativos.
- ▶ Cambios normativos.

(**) Ejemplo de competencia específica: manejo de programas de gestión de billetes

(***) Ejemplo de competencia general: Capacidad de liderazgo

3.6. A medio plazo, ¿cuáles piensa que serán las competencias profesionales que demandará el sector? ¿Y a largo plazo?

* corto plazo: de 1 a 3 años

** medio plazo de 3 -5 años

3.7. OCUPACIONES EMERGENTES

Considerando la dinámica del sector y las nuevas necesidades que van surgiendo, ¿Qué ocupaciones, todavía no existentes, o no consolidadas, ¿considera que pueden aparecer en un futuro próximo?

¿Podría indicar cuáles son las competencias requeridas para esas nuevas ocupaciones?

OCUPACIONES NUEVAS	COMPETENCIAS ESPECIFICAS (*)	COMPETENCIAS GENERALES (**)

(*) Ejemplo de competencia específica: manejo de programas de gestión de billetes

(**) Ejemplo de competencia general: Capacidad de liderazgo

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

3.8. Procesos de reclutamiento y selección

INDAGAR fuentes reclutamiento de los recursos humanos:

- a. Empresas reclutadoras (Head Hunters) / empresas de búsqueda de RRHH
- b. Directamente, solicitudes recibidas en la empresa
- c. Ferias de empleo
- d. SEPE
- e. Escuelas técnicas
- f. Universidades
- g. Otros:

3.9. Los factores que más influyen a la hora de seleccionar a los RR. HH en el sector

Si no se plantean en espontaneo INDAGAR en sugerido los siguientes FACTORES:

- ▶ Formación adecuada y específica para el puesto
- ▶ Experiencia previa adecuada
- ▶ Habilidades sociales: trabajo en equipo, liderazgo, empatía

- ▶ Competencias digitales
- ▶ Actitudes/disposición interés
- ▶ Referencias del candidato/a
- ▶ Manejo de idiomas
- ▶ Expectativa salarial
- ▶ Edad
- ▶ Competencias clave: creatividad, capacidad de adaptación
- ▶ Disponibilidad para viajar
- ▶ Género
- ▶ Ayudas a la contratación

3.10. ¿Cuáles son las principales causas que dificultan la contratación de personal adecuado a su sector?

Si no se plantean en espontaneo INDAGAR en sugerido:

- ▶ Falta de Formación
- ▶ Falta de Especialización
- ▶ Carencia de Idiomas
- ▶ Falta de Experiencia adecuada
- ▶ Cambios en el perfil de los puestos
- ▶ Las condiciones laborales: Salarios, jornada horarios, etc.
- ▶ Falta movilidad geográfica
- ▶ Falta adaptación a las nuevas tecnologías
- ▶ Falta de actitud/disposición/Interés
- ▶ Imagen y falta de atractivo del sector

3.11. A medio plazo, ¿cuáles piensa que serán las competencias profesionales que demandará el sector? ¿Y a largo plazo?

** corto plazo: de 1 a 3 años*

*** medio plazo de 3-5 años*

BLOQUE 4. VALORACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA DIRIGIDA AL SECTOR Y NECESIDADES DE FORMACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA FORMACIÓN REALIZADA Y OFERTA FORMATIVA

4.1. Podría describir el tipo de formación que ha realizado la empresa

INDAGAR

- ▶ Tipo de cursos realizados por áreas de la empresa
- ▶ Tipo de cursos realizados por perfiles profesionales/niveles de cualificación (dirección/mandos intermedios/técnicos/ Transversalidad / Especificidad de los cursos según áreas de la empresa.

4.2. Modalidades: Que tipo de oferta es la más utilizada:

- ▶ FPE (formación para el empleo). SCE
- ▶ FP
- ▶ Oferta universitaria
- ▶ Otras Instituciones que imparten Formación Técnico profesional en el sector: Ministerio de Turismo Asociaciones profesionales, etc.
- ▶ Formación ONLINE

4.3. ¿Qué valoración se hace desde la empresa de la formación ofertada y realizada?:

NOTA: para ampliar la información preguntar:

Valore en una escala de 1 a 5 los siguientes aspectos de la oferta de formación del sector
 1 = *Nada adecuado* 2 = *poco adecuado* 3 = *Moderadamente adecuado* 4 = *Adecuado*
 5 = *Muy adecuado*

Factores	Escala
1. calidad de la oferta. Diseño, contenidos, materiales, docentes	
2. Adecuación de las necesidades de formación de las empresas	
3. Nivel de especialización de la formación en atención a las necesidades específicas del sector	
4. Equilibrio en la distribución de la oferta en todas las áreas de actividad y puestos del sector	
5. Flexibilidad de la oferta. Capacidad de adaptación y actualización	
6. Innovación de la oferta: en el diseño, metodología didáctica, formación en line, etc.	
7. Conocimiento y accesibilidad de la oferta	
8. precio de la oferta formativa	

4.4. ¿Existen, en su opinión, necesidades formativas no cubiertas por la formación realizada y/o ofertada? ¿Cuáles serían prioritarias?

FRENOS/OBSTÁCULOS A LA FORMACIÓN EN EL SECTOR

4.5. ¿Cuáles son los principales obstáculos que se encuentran a la hora de desarrollar óptimamente los programas formativos en su empresa?

INDAGAR

1. Dificultades derivadas de las características del sector y los colectivos:
 - Fuerte estacionalidad del sector.
 - Tamaño de la empresa
 - Recursos económicos escasos
 - Dispersión geográfica de las empresas.
 - Ausencia de una definición clara de puestos de trabajo y competencias profesionales
 - Las empresas no disponen de capacidad formativa
 - Bajo nivel de cualificación y dificultades de desmotivación de los trabajadores.
 - Heterogeneidad colectivo destinatario.
 - Falta de disponibilidad de tiempo para formación en la jornada laboral.
 - Falta predisposición en los trabajadores a recibir formación
 - Falta de incentivos para el trabajador/a
2. Dificultades asociadas a los requerimientos de gestión del sistema
 - Rigidez en los planes formativos financiados.
 - Rigidez de los requisitos de gestión.
 - Dificultad de acceder a la financiación de la formación
3. Dificultades o problemas de la oferta formativa
 - Inadecuación de contenidos. Problemas de adecuación de los programas formativos a las características y especificidades de los colectivos y puestos.
 - Duración de la formación
 - Modalidades formativas.
 - Diagnósticos de necesidades inadecuadas
 - La debilidad de la oferta de formación favorece el mantenimiento de estrategias individualizadas

- ▶ · Problemas específicos de los colectivos y empleados (bajo nivel de cualificación)
- ▶ · Falta de recursos económicos
- ▶ · Problemas de motivación de los trabajadores
- ▶ · Otras cuestiones

PROSPECTIVA DE NECESIDADES Y PROPUESTAS PARA MEJORAR LA FORMACION

4.6. En su opinión, ¿Qué principales necesidades formativas no cubre actualmente la oferta?

INDAGAR POR SUBSECTOR/ÁREAS/OCUPACIONES

- ▶ Subsistema educación/ formación
- ▶ Áreas de conocimiento
- ▶ Organización
- ▶ Horarios
- ▶ Modalidad formativa
- ▶ Recursos para utilizar (didácticos y pedagógicos)

4.7. ¿Debería reorientarse la oferta de formación existente en la actualidad?

(NOTA PARA EL ENTREVISTADOR: Plantear al entrevistado que sugiera medidas para conectar la oferta formativa con las necesidades de formación de las empresas del sector, a corto, medio y largo plazo).

INDAGAR

- ▶ Relacionadas con los procesos de diagnóstico de necesidades (Sistematizar la recogida de información, nuevas fuentes de información, otras herramientas diagnósticas)
- ▶ Financiación (Partenariado, movilizar recursos propios, utilizar formación estandarizada)
- ▶ Certificación (Garantizar certificados homologables, formación modular).
- ▶ Proceso formativo (Mejorar evaluación, material didáctico de mayor calidad).
- ▶ Modalidad formativa (Formación a distancia, E-learning teleformación, material autoformativo, semipresencial)



CONFEDERACIÓN
CANARIA DE
EMPRESARIOS

C808 CEPYME

Financiado por:



Gobierno de Canarias
Servicio Canario de Empleo