

SEGUNDAS ALEGACIONES

MASTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

ASPECTOS A SUBSANAR

CRITERIO 3. COMPETENCIAS

Las Competencias Generales tienen un valor genérico para la mayoría de los Títulos, pero deben estar adaptadas al contexto específico del título propuesto. Esto no sucede con las competencias generales reflejadas en la memoria.

Sobre las competencias generales, sólo se nos notificó en el primer informe que existía una confusión entre generales y transversales que se subsanó, no que estuvieran mal redactadas. En este sentido, la nueva redacción se fija de la siguiente forma:

CG1	Capacidad de analizar, sintetizar e integrar los aspectos derivados de la actividad económica de una entidad hotelera.
CG2	Desarrolla la capacidad de trabajar en equipo en un contexto de resolución de problemas derivados de la gestión hotelera.

Las competencias específicas son escasas para un título de estas características.

En primer lugar, se ha intentado seguir las pautas definidas en la guía de apoyo donde *“se recomienda que su número no sea muy elevado”*, y por ello se eligió un número (cinco) similar al de otros másteres en Ciencias Sociales, centrados en el ámbito económico y que han recibido el visto bueno en su proceso de evaluación.

Por otra parte, las competencias específicas cubren una formación avanzada y especializada de las grandes funciones dentro de una empresa en el marco del sector hotelero: comercialización (CE1), producción (negocio) (CE5) y financiera (CE2), complementadas con formación de apoyo para la dirección: organizacional (CE3) y jurídica (C4) para que, de esta forma, cubrir todo el ámbito de formación necesario para el directivo de una entidad hotelera, recogiendo el nivel avanzado necesario que complete la formación generalista de los grados en Turismo y ADE, base formativa para este master.

La competencia CE4 tiene una formulación excesivamente amplia y poco concreta.

CE4	Dominar el adecuado uso de la normativa jurídica de aplicación específica en la actividad hotelera, en lo relativo a los ámbitos de derecho del consumo, trabajo, fiscal y mercantil,
------------	---

CRITERIO 6. PERSONAL ACADÉMICO

Se debe proporcionar información concreta del perfil docente, profesional e investigador del núcleo básico del profesorado para poder valorar su adecuación al objeto del máster.

El profesorado que ha impartido la docencia en la anterior versión del master de 120 créditos y que continuará impartíéndolo, si el departamento lo considera oportuno sería el siguiente:

- D Rafael Aguilera, profesor asociado del Departamento de Derecho Financiero y Tributario. Administrador Concursal. Profesional jurídico con despacho propio y asesor de entidades hoteleras.
 - D. Francisco Arjonilla, profesor asociado del departamento de Organización de Empresas y consultor de entidades hoteleras.
 - Dra. D^a. Montserrat Balas. Profesora asociada del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados Directora General adjunta de Fundosa Social Consulting, S.A., empresa instrumental de la Fundación ONCE de la que forman parte la cadena de hoteles CONFORTEL.
 - Dr. D^a Francis Blasco. Profesora titular del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Colaboradora en diversas entidades consultoras de marketing, Especialista en Comportamiento del Consumidor.
 - Dr. D. José Eugenio Castañeda. Profesor titular del departamento de Derecho Civil y autor de diversos estudios sobre el derecho del consumo.,
 - Dra. D^a. Mónica Llano profesar titular del departamento de Derecho del trabajo y autores de contratos de transferencia de conocimiento sobre temas de seguridad laboral y Convenios Colectivos
 - D. Philippe Gandet. Profesor colaborador. Titulado de la Escuela Hotelera de Lausanne Director de la Escuela de Negocios Vatel España. Directivo y propietario de diversas entidades hoteleras.
 - Dra. D^a Victoria de las Heras, profesora asociada del departamento de Economía Financiera y Contabilidad II, inspectora del Tribunal de Cuentas con responsabilidad en entidades del sector turístico.
 - Dr. D. Adolfo Millán. Catedrático EU del departamento de Economía Financiera y Contabilidad II, ex colaborador de la firma de auditoria Ernst & Young. Miembro del Grupo de Investigación de contabilidad de Gestión de la UCM. Coordinador del Master y profesor colaborador con la Escuela de Negocios de Hostelería Vatel.
- 1) Dr. D. José Manuel Ponzoa. Profesor Titular Interino del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad Complutense

de Madrid. Profesor Asociado en el ESIC de Madrid. 1999-2007: Marketing Manager en Turyocio y ANEKIS Marketing Relacional (Grupo Santander)

- 2) Dr. D. Miguel Ángel Sastre. Catedrático EU del departamento de Organización. Director del grupo de investigación de Recursos Humanos de la UCM. Profesor colaborador con la Escuela de Negocios de Hostelería Vatel.

Adicionalmente nuestra Universidad, a través de su experiencia en con las prácticas en empresas mantiene contactos permanentes con un grupo de profesionales del sector, sin contrato con la UCM, que trabajan en entidades hoteleras Accord, Hilton, NH y Auditorium para que, mediante conferencias selectivas, aborden aspectos complementarios de la formación, como presentación de CV, estructura organizativa en grupos hoteleros, o como presupuestar una convención.

2. JUSTIFICACIÓN

Este Máster que se propone, pretende sustituir al título con mismo nombre y universidad verificado positivamente por ANECA según procedimiento abreviado adaptado al RD 1393/2007 y que se adecúa a los requisitos del RD 861/2010.

Como consecuencia de la publicación en el BOCM del 16 de noviembre de 2012 de la Orden 11377/2012, de 29 de octubre, por la que se autoriza el cambio de denominación de centros en la Universidad Complutense de Madrid, la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales pasa a denominarse Facultad de Comercio y Turismo.

Este documento de verificación ha sido aprobado por Consejo de Gobierno de 6 de noviembre de 2012 antes del cambio oficial de denominación.

2.1. INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO Y PROFESIONAL

La plena incorporación de España a la economía globalizada y al espacio europeo, ha impulsado una importante transformación económica y social en los últimos años. Aunque la participación en el nuevo espacio global del consumo y de la producción ha tenido consecuencias en todos los sectores económicos, sin duda sus efectos se han revelado especialmente intensos en la actividad turística, una actividad clave en la economía española y para la que se ha desarrollado un modelo de éxito con indudables aportaciones al desarrollo y al bienestar social.

En este sentido, el peso específico del turismo en general y, del sector hotelero en particular, en la economía española es muy relevante, tal y como se demuestra en el cuadro de datos adjunto, referido al año 2010 y publicado por el Instituto de Estudios Turísticos, dependiente del Ministerio de Comercio y Turismo

	Período de referencia	Total	S/ Año anterior (%)
MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS (IET)			
Visitantes extranjeros	2010	93.728.732	2,0
Turistas		52.677.187	1,0
Excursionistas		41.051.545	3,3
ENCUESTA DE GASTO TURÍSTICO (IET)			
Turistas (mil. euros)	2010	48.929	2,0
MOVIMIENTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPAÑOLES (IET)			
Total viajes	2010	162.213.918	-5,5
Viajes al extranjero		13.622.726	6,1

Viajes dentro de España		148.591.192	-6,5
ENCUESTAS DE OCUPACIÓN (INE)			
Ocupación hotelera	2010		
Viajeros en hoteles (residentes y no residentes)		82.107.114	6,0
Pernoctaciones (residentes y no residentes)		267.858.904	5,8
Establecimientos		14.867	0,2
Grado de ocupación (%)		51	3,7
Ocupación en acampamentos turísticos	2010		
Viajeros en acampamentos (residentes y no residentes)		6.132.963	-0,8
Pernoctaciones (residentes y no residentes)		31.009.097	1,6
Establecimientos		737	-0,6
Grado de ocupación (%)		n.d.	n.d.
Ocupación en apartamentos turísticos	2010		
Viajeros en apartamentos (residentes y no residentes)		8.181.167	7,1
Pernoctaciones (residentes y no residentes)		59.590.353	0,8
Establecimientos		121.408	
Grado de ocupación (%)		37	
Ocupación en alojamientos de turismo rural	2010		
Viajeros en turismo rural (residentes y no residentes)		2.661.995	-2,1
Pernoctaciones (residentes y no residentes)		7.659.780	-3,6
Establecimientos		14.347	n.d.
Grado de ocupación (%)		16	n.d.
ÍNDICES (INE)			
Índice de precios de consumo (IPC)	2010		
Índice general		111,0	3,0
Turismo		112,4	1,0
Restaurantes, bares y cafeterías		114,4	1,6
Hoteles y otros alojamientos		103,6	3,2
Viaje organizado		101,5	-4,6
Índice de precios hoteleros (IPH)	2010		
Índice general		94,2	-0,4
Índice de ingresos hoteleros (IIH)	2009		
Índice general		95,1	-4,9
Indicador Rentabilidad del Sector Hotelero (IRSH)	2010		
Indicador ADR (Euros)		69,2	1,9

Indicador RevPar (Euros)		28,4	4,0
BALANZA DE PAGOS (Banco de España)			
Ingresos por turismo (millones de euros)	2010	39.621	3,9
Pagos por turismo (millones de euros)		12.663	4,8
Saldo por turismo (millones de euros)		26.958	3,5
Cobertura de déficit comercial (%)		57	-7,3
EMPLEO (Ministerio de Trabajo e Inmigración)			
Afiliados en alta laboral en las actividades características del turismo	2010	1.932.224	0,8
Hostelería y agencias de viaje		1.330.924	1,0
Servicios de alojamiento		259.187	0,1
Servicios de comidas y bebidas		1.017.574	1,6
Agencias de viajes / Operadores Turísticos		54.163	-6,1

Ello implica que el turismo es un proceso dinámico y permanente en el que la sociedad española en su conjunto está implicada y, dentro de ella, el subsector hotelero es una parte fundamental del mismo

De este modo, la construcción de una estrategia para las empresas hoteleras, no debe reducirse a la creación de un entorno competitivo desde el punto de vista normativo, apoyado por el desarrollo de servicios e infraestructuras públicas que fomente la atracción turística. Por el contrario, el sector hotelero tiene que afrontar los retos derivados del cambio que ha tenido lugar en la estructura productiva y de costes, tanto de España como internacional, superar las debilidades generadas en su propio desarrollo, y adaptarse a un entorno de mercado extraordinariamente dinámico con nuevos competidores emergentes.

Con este panorama, los estudios de Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras se convierten en una pieza clave para facilitar el desarrollo de las innovaciones que el sector hotelero necesita, y que permitan mantener y potenciar un sector tan importante para la economía española.

2.1.1. Interés Académico

La relativa juventud del turismo como una actividad humana generalizada en las sociedades desarrolladas, así como sus múltiples implicaciones tanto culturales, como sociales, económicas y científicas, explican la falta de consenso académico sobre su exacta definición.

En este sentido, la Organización Mundial de Turismo (OMT) aprobó en la conferencia de Ottawa celebrada en junio de 1991 una definición que fue adoptada por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en marzo de 1993, y que ha sido aceptada como punto de partida por diferentes países y por los profesionales del sector. Según la OMT:

“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1991).

A pesar de que los expertos en diversas disciplinas que estudian el turismo coinciden unánimemente en aceptar que el hecho turístico admite múltiples objetos de estudio, existe un amplio consenso acerca de algunos aspectos específicos y diferenciales del turismo, como los que se pueden sintetizar en una serie de puntos (Libro Blanco de Turismo, 2004) **de los cuales se aplicables directamente a la actividad hotelera los siguientes:**

- ~~1. El turismo implica desplazamiento en el espacio.~~
- ~~2. El viaje forma parte de la propia naturaleza del turismo.~~
- 3. El turismo implica una estancia no permanente en destino.**
- 4. El turismo se conforma habitualmente a partir del umbral de la pernoctación.**
- 5. Para satisfacer las necesidades de los turistas se generan unos servicios y unos productos específicos.**
- ~~6. Existen factores de localización y desarrollo turístico.~~
- ~~7. El turismo ocasiona espacios turísticos que pueden tener diferentes modalidades no excluyentes.~~
- 8. El turismo es una actividad no almacenable e intangible.**
- ~~9. El turismo se basa en una actividad consuntiva.~~
- 10. El turismo se consume en el lugar de producción.**
- ~~11. Los turistas pueden compartir el uso de bienes y servicios con la población residente.~~
- ~~12. La experiencia turística es efímera.~~
- ~~13. Existen destinos turísticos que condicionan la elección de los turistas/consumidores.~~
- ~~14. Son muchos los factores que inciden en la motivación del turista.~~
- ~~15. El turismo es una actividad que conlleva asociados impactos sociales, culturales, económicos y medioambientales.~~
- ~~16. El turismo es un desplazamiento por motivos que no son estrictamente económicos.~~
- 17. La pernoctación es uno de los elementos que confiere al desplazamiento turístico el carácter de actividad no ordinaria.**

~~La globalización de la economía junto con las frecuentes e importantes transformaciones de los entornos, incrementan en la actualidad la complejidad conceptual del turismo, a la vez que aumenta el número de disciplinas que lo incorporan como objeto de estudio.~~

Se puede afirmar que estamos en un momento donde aparecen nuevas perspectivas de estudio y posibilidades de especialización en turismo, destacando entre otras la gestión hotelera, uno de sus ejes fundamentales, por dos hechos adicionales.

- i. La aparición de diversas tipologías de turismo y, dentro de ellas, de perfiles de usuarios que exigen, a su vez, perfiles de alojamiento y**

servicios derivados muy diferentes y que obligan a una gran diversificación de la oferta hotelera.

- ii. Por otra parte, la revolución que ha originado en el sector la aparición de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), con Internet como principal exponente, con gran impacto, por ejemplo, con los sistemas de reservas directas en hoteles por parte del cliente.

Aunque antes de la llegada de Internet las tecnologías ya tenían un fuerte impacto en la industria hotelera, su aparición ha cambiado totalmente las implicaciones entre los diferentes agentes. Internet no sólo ha hecho aparecer nuevas formas de comunicación, distribución y venta del producto del alojamiento, sino que abre nuevos perfiles de gestión e interrelación con el resto de actividades turísticas.

Se había detectado una pérdida de competitividad del sector turístico (que afectan directamente a la actividad hotelera) a principios de la década de los 2000 dado que, según se señala en el Libro Blanco (ANECA, 2004), seguía estrategias rígidas, con una estructura fuertemente jerarquizada y poco interés por los recursos humanos, con la finalidad de obtener más ventajas en costes. Evidentemente, este modelo de gestión hotelera demostró eficacia cuando el entorno era relativamente estable, con una demanda turística masificada y con ciertas ventajas comparativas en costes y factores. No obstante, como están demostrando las convulsiones observadas en el sector desde los años ochenta y noventa, este modelo se está agotando, al ser altamente sensible a la competencia internacional con la aparición de ofertas turísticas emergentes en países de similares características y menores costes.

De cara al futuro, el Gobierno de España aprobó el 8 de noviembre de 2007 el Plan del Turismo Español Horizonte 2020. El objetivo de dicho Plan es fundamentar el desarrollo turístico español en un modelo global competitivo y sostenible, dando respuesta a los siguientes retos en el medio y largo plazo:

1. Conseguir un posicionamiento diferencial de la oferta ante el desarrollo de multitud de destinos
2. Mejorar la rentabilidad ampliando el impacto económico y social del turismo mediante la extensión geográfica y estacional
3. Desarrollar modelos de negocio sostenibles en el uso de los recursos del entorno y su contribución a la integración social (371.000 inmigrantes empleados equivalentes al 17,9% de los inmigrantes ocupados en España).
4. Mejorar la productividad
5. Alcanzar un mayor grado de innovación

La realización del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 tiene como objetivos:

- i. Revalorizar el sistema turístico español en clave de sostenibilidad, fortaleciendo la calidad, eficacia y eficiencia teniendo en cuenta la capacidad de carga ambiental

- ii. Mejorar el modelo de gestión de las personas en el sector, atrayendo y conservando el talento para obtener un mejor posicionamiento frente a destinos competidores
- iii. Aumentar la competitividad del turismo español sumando esfuerzos en torno a una promoción y comercialización diferencial, especializada y rentable
- iv. Generar y difundir el mayor y mejor conocimiento útil para la toma de decisiones por parte de los agentes del turismo español
- v. Mejorar el rendimiento económico del turismo español aumentando el valor de los productos ofertados, adaptados a cada cliente y con personalidad propia
- vi. Crear las mejores condiciones para el desarrollo de la actividad turística, las infraestructuras, el marco económico, legislativo, y fiscal , así como los instrumentos de gestión y relación de los agentes públicos y privados
- vii. Incorporar la innovación como elemento diferencial de los negocios, los productos y los destinos turísticos, creando una nueva cultura de la innovación característica del turismo español en el mundo

Con este escenario, el Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras que se propone renovar debe proporcionar profesionales lo suficientemente cualificados para dar respuesta a los retos que se plantean, modificando el modelo de dirección de empresa hotelera y liderando una nueva época para el turismo, marcada por el cambio tecnológico, la responsabilidad medioambiental y las nuevas demandas de la sociedad.

La diversidad de la actividad turística hace necesario establecer, de forma precisa, un conjunto de perfiles profesionales. En el Libro Blanco de Grado en Turismo se recoge una completa relación de perfiles profesionales, segmentada de forma horizontal por ámbitos de trabajo, y vertical por niveles de responsabilidad.

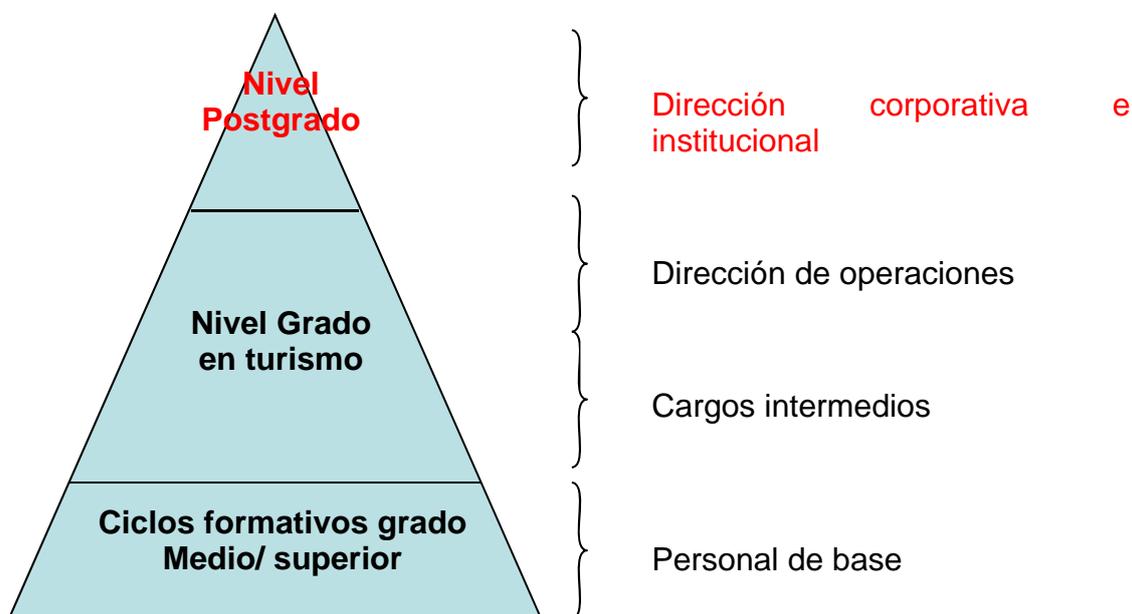
De este modo, se establecen siete ámbitos de trabajo en el sector turístico:

1. Alojamiento: abarca todos los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, incluyendo camping, residencias rurales, alquiler de apartamentos, clubes de vacaciones, entre otros.
2. Restauración: incluye los trabajos relacionados con la gestión, tanto de los diversos tipos de restaurantes, como de empresas de hostelería de colectividades o empresas de catering, así como en las unidades de negocio correspondientes al ámbito de alojamiento.
3. Intermediación: comprende turoperadores, mayoristas, agencias de viajes (receptoras y emisoras) y otros tipos de intermediarios turísticos como centrales de reservas (CRS), intermediarios independientes, General Self Agents (GSA), etc.
4. Transporte y logística: incluye las empresas vinculadas al transporte, ya sea aéreo, marítimo, fluvial, por carretera o ferroviario, las empresas de servicios logísticos, como las entidades de gestión de puertos, aeropuertos o estaciones, las empresas de alquiler de vehículos y la gestión de seguros.

5. Planificación y gestión pública de destinos: incluye todas aquellas instituciones, generalmente de naturaleza pública, que se ocupan de definir un destino turístico, a nivel local, regional, autonómico y nacional y de establecer las bases para su gestión, planificación y promoción.
6. Productos y actividades turísticas: comprende todo lo relacionado con la cultura, el ocio y la recreación. Entre las diferentes empresas e instituciones implicadas, podemos mencionar las siguientes: museos, parques temáticos, parques naturales, campos de golf, parques acuáticos, clubes náuticos, centros termales, animación turística, estaciones de esquí y de montaña, empresas de organización de congresos y convenciones, complejos recreativos y comerciales, empresas de deporte y aventura, etc.
7. Formación, investigación y consultoría: incluye las necesidades de profesores para los distintos niveles, así como los profesionales que participen en proyectos de apoyo a empresas e instituciones, para obtener datos del turismo y de sus perspectivas de futuro.

El primer ámbito de trabajo de la anterior lista (alojamiento). en menor medida el segundo (restauración), así como la celebración de eventos de carácter profesional (congresos o convenciones) que cada día están más directamente vinculados a los dos anteriores, eran y son los objetivos centrales de este Máster propuesto a evaluación.

Ahora bien, dentro de cada uno de estos siete ámbitos es posible establecer diferentes tipologías profesionales, pudiendo considerarse cuatro grandes bloques (ver tabla adjunta):



Fuente: Adaptado del Libro Blanco Grado Turismo (ANECA, 2004)

1. El personal de base comprende a los profesionales que se encargan de la prestación directa de los servicios. Para este bloque se han desarrollado los Ciclos Formativos de Grado Medio y de Grado Superior.
2. Cargos intermedios: Se incluye un amplio abanico de profesionales con diferentes niveles de responsabilidad. Podemos destacar: jefe de recepción de hotel o de camping, encargado general, jefe de animación, responsable de administración, responsable de seguridad, responsable de mantenimiento, jefe de ventas, jefe de reservas, responsable de producto en un turoperador, técnico de control de calidad, jefe de Oficina de Turismo, supervisor de parque de ocio, jefe de equipo de estaciones de montaña, sobrecargo de transporte, supervisor de transporte, guía cultural especializado, creador de paquetes turísticos, gestor de grupos, etc.
3. Dirección de operaciones: incluye el conjunto de profesionales que tienen una responsabilidad directa en una organización vinculada a un ámbito concreto del turismo. A modo de ejemplo, se puede considerar: director de hotel, director de camping, director comercial de hotel, director de producto de un turoperador, director de agencia de viajes, director de estación de montaña, responsable de entidad de promoción (institución pública), director de parque de ocio, director de centro cultural, etc.
4. Dirección corporativa e institucional: incluye a aquellos profesionales que se encargan de la alta dirección, como: director de cadena hotelera, director-gerente de institución, director de recursos humanos, director de compras, director financiero, director de marketing, responsable de la política turística de un municipio, director de parque temático, gestor de destino turístico, planificador de destino turístico, etc.

Mientras que el título de graduado/a en turismo se orienta, principalmente, hacia la formación de cargos intermedios y de dirección de operaciones. En este sentido el Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras pretende completar este nivel de formación en Dirección corporativa e institucional especializado en un perfil de entidades turísticas: las del alojamiento.

Sin embargo, la necesidad de facilitar la especialización técnica y de gestión en el ámbito hotelera y de dar respuesta a la creciente demanda social de formación en dicho ámbito, justifica que la Universidad Complutense de Madrid presente para renovar su título de Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, tomando en considerando el nuevo marco académico con los grados adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior ya en pleno funcionamiento. Con ello, se da respuesta a las necesidades anteriormente expuestas, al tiempo que se enlaza como especialización profesional de los nuevos graduados en Turismo y se abre la posibilidad de doctorados con los que mejorar la formación integral de los profesionales del sector.

El Máster propuesto es adaptación del Máster de la UCM con igual denominación iniciado en el año 2006 y verificado favorablemente por el procedimiento abreviado en el año 2009, habiendo comenzando en el curso 2011-2012 sus estudios la quinta promoción.

2.1.2. Interés profesional

De acuerdo con los datos de la Cuenta Satélite del Turismo (INE, 2011), el turismo representó en el año 2009 el 10 % del PIB en España

Cuenta satélite del turismo de España. Base 2000. Serie contable 2000-2009

Cuadros generales: Serie contable

Aportación del turismo al PIB de la economía española: por porcentaje y periodo.

Porcentaje/

Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(P)	2009(A)
Total	11,6	11,5	11,1	11	10,9	10,8	10,9	10,8	10,5	10

Notas:

1.- (P) : Estimación provisional (A) : Estimación avance

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

y aunque ha presentado una tendencia decreciente en los últimos años, principalmente consecuencia de la crisis económica, se espera un repunte según datos avanzados para el 2010 según diversos agentes económicos. (declaraciones del Ministro de Industria 10 de enero de 2011) y la evolución del turismo en el 2011

La aportación del turismo al PIB en valores absolutos se concreta en el siguiente cuadro:

Cuenta satélite del turismo de España. Base 2000. Serie contable 2000-2009

Cuadros generales: Serie contable

Aportación del turismo al PIB de la economía española: por valor absoluto/ y periodo.

Unidades: valor absoluto/porcentaje/índice

Precios corrientes: Millones de euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008(P)	2009(A)
Total	72988,3	78071,9	81011,5	86052,5	91395,7	98390,4	106828,6	113212,2	114736,8	105394

Notas:

1.- (P) : Estimación provisional (A) : Estimación avance

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En cuanto al empleo, según los datos de la Encuesta de Población Activa del INE, en el año 2010 el empleo en turismo era superior a los dos millones de personas. Lo que suponía más del 13% de la población activa. **De ellos, los servicios de alojamiento estricto suponían más de 300.000 ocupaciones con un porcentaje sobre el total de población activa del 2%, superior ligeramente al mismo dato en años anteriores.**

Encuesta de Población Activa: Ocupados

Asalariados por sexo y rama de actividad. Valores absolutos y porcentajes

Unidades: Miles de personas y porcentaje	Valor absoluto			Porcentaje		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
I Hostelería	1041,1	1079,1	1101,9	6,8	6,9	6,6
55 Servicios de alojamiento	302,4	295	299,2	2	1,9	1,8
56 Servicios de comidas y bebidas	738,7	784,1	802,7	4,8	5	4,8

En conclusión, el sector hotelero supone un nicho de empleo de indudable interés. Esto se refleja en la demanda social del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras de la UCM, cabe señalar que para el curso 2011-2012 se presentaron 470 candidatos y en el 2012-2013 615

2.1.3 Referentes externos.

El Master Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras propuesto es una continuidad del Master de similar denominación de la UCM, y que se considera un referente más y que está situado en el puesto 20 del ranking de "bestmaster.com" a nivel mundial., y segundo a nivel español, siendo uno de los cinco destacados en el caso de España. Se adjunta link

[*el máster oficial en dirección y gestión de empresas hoteleras en el top 100 de los máster en hostelería, situado en el puesto nº 20 del ranking de "best master.com" ***](#)**

Otros referentes externos son los siguientes

MÁSTERES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES.

- ✓ Máster en Gestión Hotelera. Universidad de Murcia (<http://www.um.es/web/turismo/contenido/estudios/masteres/gestion-hotelerera>)
- ✓ Máster en Dirección y Gestión Hotelera Internacional Universidad Europea de Madrid(<http://www.iede.edu/es/programas/master-oficial-en-direccion-y-gestion-hotelerera>)
- ✓ MBA executive en Dirección de Hoteles y Resorts, Universidad Nebrija (<http://www.nebrija.com/escuela-negocios/programas-master/master-oficiales-postgrado/mba-direccion-hoteles-complejos-turisticos/index.htm>)
- ✓ Dirección Hotelera y de Restauración. Universidad de Barcelona.(http://www.cett.es/html/cast/direchotel_pladestu_obje.html)
- ✓ Dirección de Empresas del Turismo. Universidad de Alcalá (https://portal.uah.es/portal/page/portal/posgrado/masteres_universitarios/repositorio/soc_jur/Direcci%F3n%20de%20Empresas%20de%20Turismo)

TITULOS PROPIOS Y PRIVADOS

- ✓ MBA en gestión hotelera. Universidad Autónoma de Barcelona (<http://www.uab.es/servlet/Satellite/postgrado/master-en-mba-en-gestion->

[hotelera/datos-basicos-1206597472083.html/param1-1583_12_es/param2-2011/](http://www.hotelera/datos-basicos-1206597472083.html/param1-1583_12_es/param2-2011/))

- ✓ Máster MBA: dirección y gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras. Compañía de Formación Empresarial. (http://www.cfe.es/desarrollo_master.asp?seccion=27&id_master=23)
- ✓ [Máster Universitario en Dirección de Empresas Turísticas en Barcelona ESERP Business School, Fundación Universitaria](#)
- ✓ [Máster en Dirección y Consultoría Turística \(Universidad de León\)](#)
- ✓ [Máster Universitario en Dirección y Gestión Hotelera Internacional IEDE Business School](#)
- ✓ : [Escuela Superior de Negocios y Tecnologías ESDEN](#)
- ✓ [Máster en Dirección y Gestión de Hoteles en Barcelona + Cambridge International Diploma in Business Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao. Practicas Garantizadas](#)

MÁSTERES INTERNACIONALES

- ✓ Máster MBA: dirección de Hostelería Internacional. Vatel Business School (<http://www.vatel.fr/>)
- ✓ Postgrado en Dirección de Hotel. Escuela Suiza de Alta Dirección de Hoteles- Las Roches Marbella. (http://www.lesroches.es/les_roches_marbella/en/en-en/home/)
- ✓ Ecole hoteliere Lausanne: Master in Hospitality Administration. (<http://www.ehl.edu/eng/Study-at-EHL/Master>)

Con estos referentes se han confirmado los siguientes aspectos:

- a) La existencia de un perfil de titulación de postgrado consolidada, afín a la presentada.
- b) Confirmar que los objetivos de la titulación están en línea con los del resto de oferta académica.
- c) Que la estructura de módulos/materias propuesta es adecuada y en consonancia con el resto de propuestas existentes.

Adicionalmente este Máster está adscrito a la RED INTUR (<http://www.red-intur.org/>), Red universitaria de posgrados en Turismo para la cooperación en el estudio, el intercambio de experiencias y la propuesta de actuaciones en orden al cumplimiento de las exigencias derivadas del espacio europeo de educación superior (EEES), en el ámbito de los estudios oficiales de posgrado en materia de turismo, avanzando en la cooperación en la docencia, en la investigación y en la movilidad de estudiantes, así como para colaborar en la mejora continua de la aplicación del EEES en cada universidad.

2.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Como punto de arranque para la puesta en marcha del Título en el momento de su creación (año 2005), fue aprobado en su momento por la Comisión consultiva de la Universidad Complutense de Madrid, constituida por un conjunto de personalidades de reconocido prestigio y autoridad académica y profesional

Sobre el título propuesto actualmente, el desarrollo de las competencias y la propuesta de plan de estudios basadas en ellas se realizó, en su fase inicial, por una comisión formada por los siguientes miembros:

- ✓ El coordinador del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en funcionamiento (a su vez, Subdirector de Innovación Educativa y presidente de la Comisión de Calidad del Centro). En este sentido dicha persona aportaba una experiencia sobre el Máster basada en su triple actividad como Coordinador, Presidente de la Comisión de Calidad y tutor de prácticas lo que implicaba relaciones con los tres estamentos básicos de título: profesores del Máster, alumnos del mismo y directivos de entidades hoteleras con los que el centro está vinculado mediante las prácticas profesionales.
- ✓ Dos profesores titulares del centro vinculados con la actividad turística pertenecientes a los departamentos de Comercialización e Investigación de Mercados y Derecho Civil.
- ✓ Un Director/Propietario de hotel ajeno a la Universidad y director en España de una Escuela de Negocios Francesa especializada en hostelería representando al sector.
- ✓ Dos exalumno/as del master que actualmente están desarrollando la actividad profesional: uno de ellos directamente en el un hotel y otra en el Instituto para la Calidad Turística Española, si bien debido a un problema de coordinación de horarios con el resto de miembros de la comisión. el coordinador mantuvo dos reuniones aparte con ellos (una para las competencias y otras para el plan de estudios) con el objeto de escuchar sus opiniones y posteriormente dar su conformidad a las propuestas realizadas por el resto de la comisión.

Tomando como punto de partida conversaciones no formales previas con Directores de Hotel y alumnos en prácticas sobre el Máster para detectar puntos fuertes y débiles del mismo, el Coordinador realizó a la comisión una propuesta de competencias que fueron debatidas revisadas y aprobadas en dos reuniones colectivas de trabajo. De estas reuniones cabe destacar las siguientes aportaciones:

- a) Partir del perfil profesional de un graduado en Turismo.
- b) Reforzar un perfil de competencias empresariales adquiridas en el anterior grado u en otros con cierta proximidad como Comercio o ADE con un enfoque exclusivamente hotelero, excluyendo la formación generalista empresarial que se supone adquirida en los grados, como de otras áreas del turismo:

- c) Estructurar las competencias en relación con un modelo de estructura funcional: comercial, financiera, organizacional, jurídica y operacional.

Posteriormente y tomando como punto de partida las competencias aprobadas, el Coordinador presentó una propuesta de modulo/materias/asignaturas y requisitos de acceso a la comisión que, tras tres sesiones de debate y revisión, presentó una versión al resto de los estamentos del Centro. De ello cabe destacar:

- Consideración de la sostenibilidad como un concepto transversal y no específico de un módulo o material.
- La delimitación de un marco jurídico preciso para el sector: consumo, laboral y fiscal.
- Desarrollo de contenidos para analizar a fondo otras variantes del hotel convencional de alojamiento de mucha actualidad como balnearios/spa o la casa rural de importante desarrollo para iniciativas particulares y prácticamente no abordados más que muy tangencialmente en los planes de estudios de turismo y siempre en un marco de optatividad.

Posteriormente se informó de las competencias y plan de estudios a los miembros del equipo directivo del centro y Profesores de Máster para conocer su opinión y recoger sugerencias en su caso.

Con ese documento desde la Universidad se han seguido las siguientes fases:

- ✓ Aprobación por la Junta de Centro
- ✓ Aprobación por la Comisión de Estudios de la UCM
- ✓ Aprobación por la Consejo del Gobierno de la UCM
- ✓ Aprobación por el Consejo Social de la UCM:

Posteriormente el documento se envió a ANECA para su verificación y aprobación en su caso.

2.3. DIFERENCIACIÓN DE TÍTULOS DENTRO DE LA MISMA UNIVERSIDAD⁷

No hay problema de diferenciación con ningún Máster oficial de la UCM