

Justificación

1.1. Justificación del Título Propuesto

Introducción: relación Innovación y Turismo

La innovación en turismo posee unas características específicas provocadas por las singularidades de este sector. Destaca la intangibilidad de los productos y servicios turísticos, la interdependencia entre los recursos gestionados en el destino y las empresas del sector, entre otras características.

El turismo está configurado por una producción y oferta de servicios realizados por entidades público-privado. Restaurantes, hoteles, agencias de viajes, empresas de ocio, compañías aéreas, etc., y las organizaciones del destino turístico son interdependientes entre sí en su misión común de ofrecer al cliente un servicio-producto. Esta interdependencia obliga a entender el turismo como un sistema funcional formado por un conjunto de elementos relacionados para conseguir un objetivo común.

En este sentido, y de la misma forma, el concepto de innovación ha ido evolucionando desde la concepción de un modelo lineal en el que la política de investigación y desarrollo era el punto de partida, hacia un modelo sistémico en el que la innovación nace de interacciones complejas entre los individuos, las organizaciones y sus respectivos entornos operativos.

Que el turismo es para la economía del país un sector estratégico clave es una obviedad, y que necesita incrementar su nivel de competitividad para mantener su liderazgo frente a otros mercados competidores, también lo es. Por ello, implantar la cultura de innovación y capacitar a los profesionales del sector para desarrollar e implantar innovaciones en las organizaciones del sector para desarrollar productos y servicios de calidad, supone una necesidad y oportunidad recogida por los diferentes planes estratégicos elaborados por el Estado y las comunidades autónomas, así como por los diferentes agentes sectoriales. Supone desarrollar nuevos productos, servicios y procesos, además de nuevas formas de organización, de gestión y de comportamientos de organizaciones y de destinos turísticos.

En estos planes estratégicos se apunta que durante los próximos años el sector turístico debe avanzar y ofrecer productos y servicios innovadores, con mejoras relacionadas con avances en los procesos, en los sistemas de comercialización, en las formas de gobierno y de colaboración entre sus actores, en aplicaciones tecnológicas, entre otras opciones. Y en este sentido, y como se ha argumentado anteriormente, el sistema y fenómeno turístico poseen las condiciones básicas para incubar y desarrollar proyectos innovadores.

Los consumidores cada vez buscan productos turísticos más personalizados que les proporcionen una alta calidad, ofertas con gran carga cultural, diferencial y única, que satisfagan las necesidades de vivir experiencias exclusivas e impactantes. Destinos, operadores, empresas y administraciones públicas se enfrentan al desafío de garantizar esas ofertas de forma sostenible, accesible y con la calidad exigida por los clientes, pues en ello se basa su competitividad. Es necesario, por lo tanto, adaptar los conceptos contenidos en la definición de innovación a este sector y desarrollar entre

sus gestores las capacidades vinculadas a la creatividad, a la intuición y a la innovación para alcanzar un alto nivel de diferenciación y de especialización en las ofertas y en los destinos turísticos.

Concepto de Innovación aplicado a la gestión turística

El concepto de innovación aplicado a la gestión turística, sobre el cual se sustenta el diseño de la presente titulación, se centra en las capacidades de los destinos turísticos para desarrollar ideas, planteamientos, nuevas propuestas de valor en relación a los pilares de la competitividad y la calidad de cualquier producto turístico; es decir: su enfoque estratégico, su modelo organizativo, y sus modelos operativos para conseguir resultados excelentes para todas las partes interesadas (clientes, sociedad y medio ambiente).

De esta manera, las competencias que se desarrollarán en el máster están relacionadas con la mejora de las capacidades de gestión en dicho ámbitos o áreas funcionales, aplicadas en el desarrollo y valorización de nuevos productos basados en el territorio, sus recursos culturales y naturales, y su gastronomía, como nueva oportunidad de desarrollo turístico para muchos destinos.

El siguiente cuadro muestra el enfoque de la innovación en la gestión turística del máster y la interrelación entre los ámbitos de gestión donde aplicarla, así como apunta una aproximación a algunos de las áreas de actuación prioritarias.



Fuente: elaboración propia

Los estudiantes del máster adquirirán las competencias necesarias para el desarrollo de dinámicas innovadoras en la gestión turística en los ámbitos de gestión comentados, aplicados en los entornos turísticos seleccionados.

Justificación de los Itinerarios de Especialización del Máster

Para dar respuesta al enfoque del máster, este se estructura en tres ámbitos de especialización donde se desarrollan las competencias de innovación en la gestión turística de:

1. La gestión de los destinos urbanos con vocación turística.
2. La gestión turística del patrimonio cultural y natural.
3. La gestión del patrimonio culinario y gastronómico como producto turístico.

A continuación se explica más detalladamente el contenido y la justificación de cada itinerario de especialización:

1. Gestión turística de destinos urbanos.

En los últimos años una de las modalidades turísticas que ha experimentado mayor crecimiento es el Turismo Urbano. Las ciudades muestran un gran dinamismo con un amplio abanico de atractivos y con una cuidada oferta de actividades y eventos que las posicionan como primeros destinos. A las ya clásicas de Venecia, París, Londres o Nueva York, se añaden en los últimos años un nuevo tipo de atractivas ciudades como Barcelona o de otras pequeñas y medianas que buscan en el turismo redefinir su función, especialmente cuando la crisis económica ha provocado que el turismo sea entendido como una deseada forma de diversificación económica.

Además, si bien la ciudad tiene como uno de los valores principales y recursos en clave turística un destacado patrimonio histórico y monumental que a menudo justifica su función turística, hay otras actividades como las de congresos y ferias que también son genuinamente urbanas y que justifican la importancia del turismo urbano.

Este itinerario de especialización se centra en clave de gestión innovadora en esta modalidad de turismo, analizando las condiciones de su localización, los flujos turísticos que genera, haciendo un esbozo de clasificación de las ciudades turísticas identificando sus recursos y productos, analizando las estrategias de promoción, los impactos que el turismo genera y describiendo el modelo interpretativo del turismo urbano, entre otros ámbitos de actuación.

Efectivamente, la ciudad es un lugar donde se desarrollan un gran número de relaciones humanas e intercambios económicos. También es un lugar que, por su densidad, se acumulan un gran número de atractivos turísticos, especialmente de carácter cultural.

Este itinerario pretende aproximar al alumno a la ciudad para entender su complejidad y ayudarle a descubrir cuáles son las decisiones a tomar para que esta funcione como un sistema competitivo e innovador, con las competencias necesarias para reconocer la enorme trascendencia que tiene el urbanismo y la ordenación del territorio en relación con el desarrollo y la gestión espacial de las actividades turísticas, así como su estrecha y directa vinculación con la sostenibilidad de los destinos turísticos urbanos y la sostenibilidad en el uso de sus recursos turísticos.

La formación de expertos en la valorización y gestión de los recursos turísticos a nivel urbano es una de las prioridades definidas en los diferentes planes estratégicos de los destinos líderes a nivel mundial, destacando la ciudad de Barcelona. Asimismo, las

políticas de planificación, movilidad y promoción urbanas vinculadas al desarrollo del turismo cultural se han convertido en uno de los objetivos destacados en las administraciones públicas en el marco de la planificación del territorio y la implantación de políticas de urbanismo, bajo los principios de desarrollo sostenible.

2. Gestión turística del patrimonio cultural y natural.

El turismo, la cultura y el ocio combinados adecuadamente se convertirán en una de las principales actividades económicas de nuestro futuro inmediato. El turismo cultural está destinado a convertirse en un punto de encuentro inmejorable entre el ámbito turístico y el cultural, y también entre el sector privado y el sector público.

Esta nueva realidad social y empresarial, en cuanto al patrimonio cultural en el ámbito del turismo y el ocio, plantea la conveniencia de abrir vías de especialización de los profesionales del sector, dirigidas a proporcionar los conocimientos y las habilidades necesarias para afrontar con garantías las nuevas exigencias de innovación en la actividad turística.

En concreto, destaca la necesidad de formación de un nuevo tipo de especialista: el mediador didáctico del patrimonio. Su función principal consistirá en implicar a los agentes turísticos con los agentes del mundo del patrimonio y de la cultura con el fin de satisfacer sus necesidades y reforzar su cooperación. Este papel primordial de vincular el turismo y la cultura como una nueva actividad clave del ocio del siglo XXI, coloca los mediadores en un lugar privilegiado como actores básicos para desarrollar esta función de interrelación entre ambos sectores. Los mediadores, por tanto, podrán realizar su actividad en empresas y organizaciones públicas y privadas, tanto en el ámbito cultural como turístico.

3. Gestión del patrimonio culinario y gastronómico.

La sociedad actual demanda profesionales que entiendan el concepto de gastronomía como una oportunidad de innovación y de creatividad. Personas capacitadas para dar respuesta a los nuevos caminos y cambios que se están dando en el mundo de la alimentación y las formas de consumo, y especialmente en las actividades de ocio y de turismo asociadas.

Esta especialidad se dirige a aquellas personas interesadas en redirigir su desarrollo profesional hacia la valorización de los recursos culinarios y gastronómicos y la creación y desarrollo de productos y servicios asociados de ocio y turísticos. Estos estudiantes complementarán su formación y experiencia profesional previas con el enfoque "gastronómico", produciéndose combinaciones y simbiosis que proporcionarán los perfiles de salida competentes para dar respuesta a las nuevas tendencias y necesidades del mercado turístico.

El contenido de este itinerario de especialización incrementará la capacitación cultural, intelectual y de visión necesaria para entender y desarrollar los fenómenos vinculados al desarrollo de la gastronomía, proporcionando una capacitación científica, tecnológica y de gestión, sólida que permita al estudiante desde el estudio de las vanguardias creativas de la cocina actual, pasando por el análisis de los hábitos de consumo relacionados con la restauración, la evolución de los gustos y la valoración de las ofertas de restauración, las nuevas formas de restauración y de comercialización de los negocios vinculados y de la industria alimentaria, sin olvidar el análisis de la cultura gastronómica, el desarrollo del ocio y el turismo asociado a la alimentación y la cocina, etc.

Líneas de investigación asociadas al máster para el desarrollo del título

Las líneas de investigación que desarrolla la EUHT CETT-UB asociadas al máster son las siguientes:

- Ingeniería territorial turística.
- Turismo cultural.
- Cooperación, desarrollo y turismo social.
- Enoturisme i territori
- Turismo cinematográfico
- Patrimonio culinario y tradiciones gastronómicas
- Estrategias culinarias y comportamientos de consumo alimentario

Estas líneas de investigación son desarrolladas por los Ámbitos de Conocimiento Experto de l'EUHT CETT-UB (ACE) y por los siguientes grupos de investigación de la Universidad de Barcelona, en los cuales participan profesores del centro:

- El grupo de investigación consolidado de **Didáctica del patrimonio, nuevas tecnologías y museografía comprensiva (DIDPATRI)**. La didáctica del patrimonio y la museografía didáctica son los objetivos prioritarios del grupo, así como también las nuevas tecnologías aplicadas. Entre sus prioridades se encuentra el responder a las necesidades de la industria turística de disponer de artefactos explicativos que contribuyan a valorizar el patrimonio turístico.
- El grupo de investigación de **Análisis y desarrollo regional (ANTERRIT)** de la Universidad de Barcelona se basa en trabajos de investigación en el campo científico del análisis geográfico regional a diversas escalas y desarrollando distintas líneas enfocadas a la resolución de problemas concretos de la política regional y ordenación del territorio con un papel destacado del turismo.

Los alumnos tendrán la posibilidad de realizar los programas de doctado en las líneas de investigación vinculadas al turismo de estos grupos, facilitando que el incipiente número de investigadores en turismo se incremente.

Datos y Estudios sobre la Demanda Potencial del Título y su interés para la Sociedad

El sector turístico actual vive un momento de grandes oportunidades y potencialidades en cuanto el mercado laboral nos referimos. Sin duda el turismo demanda nuevos perfiles y múltiples necesidades que cubrir. Con la creación y articulación del máster que aquí se propone se daría respuesta a gran parte de las deficiencias existentes en el mercado actual.

Datos de un estudio interno, en que se analizaban las ofertas recibidas en nuestro centro de puestos relacionados con el sector turístico en un periodo comprendido entre julio de 2009 y junio de 2010, se llegaron a un total de más de 1200 solicitudes recogidas al cabo del año. De la totalidad de éstas, se puede observar como existen unos niveles significativos de ofertas relacionadas con la formación, investigación y

consultoría (32 casos), productos y actividades (99 casos), intermediación (112) y aquellas relacionadas con la planificación y gestión pública del turismo (5). La suma de este perfil de solicitudes alcanza más de una cuarta parte del total, dando la muestra que actualmente existe una demanda real en el mercado que reclama nuevos profesionales que estén bien preparados y formados. La creación de este máster supone una respuesta necesaria a estas inquietudes y pretende cubrir parte de estas demandas que las empresas reclaman en el sector.

En este mismo estudio se determinó cuál era el perfil más demandado por las empresas para ocupar sus vacantes. De las más de las 1200 solicitudes recibidas, las preferencias que pretendían dichas empresas correspondían a incorporaciones para ocupar un nivel de cargo intermedio y altos cargos, porcentaje de más del 80%. Poniendo de manifiesto el nivel actual de exigencia y competitividad que diferencia el sector actual. Para ello, el máster que se propone formula las respuestas adecuadas para hacer frente a las necesidades de las principales empresas ajustando y mejorando los perfiles de los estudiantes que estén dispuestos a cursarlo. Estos datos indican que existe una realidad palpable sobre la idoneidad de corresponder las voluntades y exigencias del mercado turístico actual.

Justificación del Máster en relación a las características socioeconómicas de la zona de influencia del título.

Los inicios del siglo XXI, desde el punto de vista del turismo, se están caracterizando por la irrupción con fuerza del turismo vinculado a los recursos culturales de los territorios, y especialmente aquellos vinculados a las ciudades. Tanto en Cataluña como en los principales destinos turísticos a nivel internacional, se contempla la cultura como un elemento básico para desarrollar un turismo de calidad, sostenible y con un importante valor añadido.

Efectivamente, el consumo cultural llega a todos los ámbitos del patrimonio, pero también a la gastronomía, la música o las tradiciones. Un aspecto importante para poder analizar correctamente la demanda de consumo cultural, la encontramos de nuevo en los trabajos realizados por ATLAS¹: a nivel europeo, más del 45% del consumo cultural se produce en periodos de vacaciones. Esta cifra parece ser que irá en aumento, dado que en muchos casos, el tiempo libre del que se disfruta los fines de semana se utiliza para cuestiones sociales y personales.

La cultura y el turismo en Cataluña y en España, como elementos complementarios, tienen aún por delante un largo camino a recorrer para convertirse en los auténticos vertebradores del turismo del siglo XXI. Un turismo basado en el Patrimonio Histórico-artístico, pero también en otras facetas del patrimonio menos divulgadas como la gastronomía, las costumbres y el paisaje. Un patrimonio identificable como el resultado de nuestro presente y de nuestro pasado, que debe jugar un papel clave a la hora de conformar la identidad propia de nuestros pueblos y ciudades, dándoles un carácter diferenciador adecuado a los objetivos de singularidad y autenticidad buscados por la demanda.

Una oferta cultural innovadora y de gran valor añadido adquiere una gran importancia para muchos destinos turísticos. Cada pueblo y ciudad quiere disponer de unos productos culturales destacados y diferenciados, para poder ofrecer a los turistas como atractivos culturales únicos de "visita indispensable". Por lo tanto, se puede constatar como muchas ciudades españolas, europeas y del resto del mundo, crean

¹ ATLAS: Association for Tourism and Leisure Education

productos y servicios turísticos innovadores para desarrollar su posicionamiento y reforzar su imagen, con el objetivo de atraer el mayor número de turistas y visitantes, y contribuir a su desarrollo local.

Cataluña y Barcelona como modelos

El éxito turístico de Cataluña y de su capital Barcelona es indiscutible. En el caso de su capital, el "modelo Barcelona" ha situado la ciudad entre los destinos urbanos "de visita obligada". Las políticas urbanísticas desarrolladas, la renovación urbana y la recuperación del frente marítimo han reforzado aún más la calidad y la imagen de la marca internacional de Barcelona.

Esta realidad ha cambiado la ciudad, pasando de ser "sólo" la capital catalana a convertirse en una ciudad cosmopolita, cada vez menos local y más ciudad del mundo. En definitiva, una marca ciudad de consumo rápido y superficial, de dos o tres días, con unas pinceladas de patrimonio modernista, bañadas por el sol y la playa y complementadas con unos cuantos restaurantes, bares y discotecas, una ciudad donde sus ciudadanos empiezan a sentirse incómodos con los volúmenes, concentraciones y flujos turísticos, con el deterioro de algunos espacios, y pedir el desarrollo de políticas de gestión eficaces y sostenibles.

Para afrontar estos y otros retos de un mundo global, cualquier territorio, ciudad o país debe disponer de gestores y de políticas de desarrollo turístico, cultural y urbanísticas coordinadas que garanticen el desarrollo de la ciudad, del turismo y el bienestar de sus habitantes.

Asimismo, Cataluña recibe anualmente 27 millones de turistas extranjeros y es una de los primeros destinos turísticos de Europa. Sin duda, Cataluña dispone de recursos turísticos singulares y diferenciadores que deberían convertirse en los atributos clave de su diferenciación como destino. Por lo tanto, si se quiere ser competitivo hay que apostar fuerte para reforzar sus rasgos de autenticidad en relación a otros destinos.

Así pues, la cultura heterogénea y única, la historia milenaria y ámbitos emergentes, como la gastronomía y el deporte, han de vertebrar que la marca Catalunya sea más reconocida y valorada, alcanzando el factor clave de calidad y competitividad a desarrollar con gestores turísticos con visión innovadora, capaces de poner en valor estos recursos y crear productos atractivos.

La Universidad de Barcelona y el CETT, como entidades "barcelonesas", tienen la oportunidad de transferir sus conocimientos en estos ámbitos en el sector turístico y proporcionar gestores competentes en los sujetos del máster.

Inserción Laboral

Dentro de las diferentes áreas que la escuela pone al servicio del estudiante, destaca el Espacio Estudiante Empresa CETT-UB. Este se encarga de gestionar un servicio de bolsa de trabajo que tiene como principales responsabilidades el orientar y ayudar al alumno en su formación práctica y posterior inserción laboral. Este departamento realiza diferentes estudios anuales sobre la integración de los alumnos en el mundo laboral. A continuación se muestran distintos ejemplos correspondientes al año 2009 que muestran los niveles de inserción laboral de aquellos estudiantes que han cursado algún título de máster en la EUHT CETT-UB hasta la fecha.

Estado laboral de los alumnos que han cursado un Máster en la EUHT CETT-UB (2009)

Se aprecia un alto grado de inserción laboral por parte de los estudiantes que han realizado alguno de los distintos cursos de Máster ofertados por el centro. Los datos son muy significativos, pues indican que nueve de cada diez antiguos alumnos se encuentran laboralmente activos. Este hecho sin duda garantiza unos altos niveles de éxito en encontrar trabajo con el título de máster de la EUHT CETT-UB.

Relación del trabajo actual con el sector turístico (2009)

Prestando especial atención en el sector turístico, se destaca que más de un 75% de los alumnos que han cursado algún máster en EUHT CETT-UB están desempeñando sus actividades laborales en este ámbito. Estos datos reflejan las oportunidades actuales que ofrece el sector, dejando clara la conveniencia de apostar por una continuidad y mejora del máster en hotelería que dé respuesta a las necesidades de un mercado tan transversal a la vez que exigente.

Nivel de inserción laboral de los participantes de Máster en la EUHT CETT-UB por áreas del sector (2009)

En cuanto a la distribución por diferentes áreas que ofrece el sector turístico, son cada vez más importantes los puestos relacionados con la gestión y planificación pública de las destinaciones (12%) en los aspectos de territorio y de cultura se refiere. A destacar también la importancia de la intermediación (8%) y la creación de productos y actividades (6%), así como un importante auge de la investigación y desarrollo de conocimiento de la actividad turística (19%). Bajo estas necesidades crecientes (en su totalidad representa el 46%), el Máster en Innovación Turística estructura y enfoca parte de su contenido a potenciar estos aspectos de forma intensiva y dedicada en sus tres grandes áreas de Territorio, Cultura y Gastronomía. Garantizando así un equilibrio entre las exigencias del mercado por un lado, y las inquietudes y necesidades de los alumnos por el otro. Cabe mencionar también que parte de las incorporaciones que figuran en el área de restauración del gráfico hacen referencia a aspectos propios de la gastronomía.

Distribución por cargos laborales de los alumnos finalizadores de Máster (2009).

Los perfiles de salida de los estudiantes que han cursado anteriormente algún máster ofertado en la EUHT CETT-UB destacan por la gran diversidad de puestos que ocupan dentro del sector turístico. Prueba de ello es el porcentaje tan repartido de los diferentes cargos que los participantes de máster están desempeñando. Aunque cabe destacar especialmente que un elevado número se erigen en puestos intermedios, hasta un 25%, e incluso un 27% en los mandos directivos. Mostrando así el alto nivel de preparación que gozan los estudiantes al terminar el máster y la facilidad que disponen para afrontar con garantías dichos puestos a la hora de incorporarse en las distintas empresas del sector. Sin duda estos datos significan una garantía de compromiso y experiencia contrastada en la trayectoria de la EUHT CETT-UB en la impartición de títulos de máster.

Relación de la Propuesta con la Situación del Sector Científico-profesional

El pasado curso 2009-2010 la EUHT CETT-UB inició la impartición del nuevo Grado en Turismo. La implantación del nuevo grado supone el pleno reconocimiento de la formación hotelera y turística, que se equipara en el resto de carreras universitarias, pasando a tener una duración de 4 años, y también permite al alumno con vocación investigadora continuar los estudios hacia la realización de un doctorado para primera vez a la historia, con la realización del correspondiente máster de investigación, como

continuidad del grado y como paso previo a la realización de un trabajo de investigación. Con la anterior Diplomatura esta posibilidad no existía o era poco atractiva para el alumno que, en el caso de querer realizar un doctorado, previamente tenía que alcanzar un título de licenciatura.

El sector turístico necesita de investigadores que contribuyan con sus trabajos de investigación a la mejora de su competitividad y valor añadido de sus productos y servicios, con una perspectiva de sostenibilidad, social, económica y ambiental.

En este sentido, es necesario también añadir que la falta de investigadores en turismo (por juventud de esta formación y la carencia de una oferta de doctorados en turismo) y la necesidad de incrementar la cantera de investigadores y doctores en el sector universitario para dar respuesta a las necesidades de conocimiento experto y requerimientos legales (LOU), justifica la necesidad de facilitar y promover que nuestros alumnos inician la carrera investigadora y estudios de doctorado.

Asimismo, el proceso de análisis de las necesidades del mercado turístico y de la sociedad efectuado en el diseño del nuevo grado, también obligan a la revisión de las orientaciones y contenidos de la oferta actual de másters oficiales de la escuela, diseñados e implantados antes de la implantación del Grado, para garantizar su coherencia y competitividad, y para dar respuesta a las nuevas necesidades y oportunidades vinculadas a los itinerarios que se plantean. En este sentido, la escuela ofrece a los alumnos un programa de máster oficial en hostelería y restauración con orientación profesional, que cubre las necesidades de los alumnos (procedentes del grado) de especialización en este ámbito; quedando sin cubrir las necesidades de los alumnos en las especialización del ámbitos turísticos del grado.

Fruto de éstos análisis se desprende la necesidad de:

- Ofrecer la posibilidad a los alumnos del Grado en Turismo de continuar su formación en el campo de la investigación en turismo con una oferta de máster que les capacite en las competencias necesarias.
- Ofrecer un programa de máster y de itinerarios de especialización que permitan a los alumnos continuar su formación y especialización en las competencias y ámbitos turísticos iniciados en el nuevo grado.
- Ofrecer un máster que proporcione gestores e investigadores que den respuesta a los retos estratégicos del sector turístico.

Esta propuesta de máster dar respuesta a estas necesidades y oportunidades, con tres itinerarios que refuerzan las especializaciones iniciadas en el grado y permiten al alumno continuar su especialización en los ámbitos de gestión turística más importante para la mejora y competitividad del sector turístico.

Asimismo, se trabajará con otros programas de doctorado de la UB para ofrecer a los alumnos su participación en líneas de investigación que les permitan desarrollar su carrera investigadora, previo reconocimiento de los créditos de investigación realizados en el máster cuando proceda.

Relación de la Propuesta con la Situación del I+D+I del Sector Científico-profesional

El desarrollo del turismo como disciplina universitaria es relativamente reciente y ello, unido al hecho de haberse configurado hasta ahora como una carrera técnica de

primer ciclo, ha restringido sus potencialidades de desarrollo en el ámbito de la investigación, que requería de estudios o especializaciones de segundo y tercer ciclo.

Por el contrario, la realidad social y económica actual que se ha ido gestando a lo largo de las últimas dos décadas demuestra la gran importancia del turismo como sector de desarrollo local y pone en evidencia la necesidad de regulación y previsión de prácticas basadas en planes y estrategias de I+D+I que las propias administraciones han generado.

Pero para el natural desarrollo de actividades de innovación, desarrollo e investigación turística es imprescindible no solo la voluntad y coordinación de administración y sector turístico en sus múltiples y diversas manifestaciones, sino muy especialmente del desarrollo de la disciplina académica. Y en este sentido, tanto a nivel nacional como internacional, se ha ido avanzando en la creación de grupos de investigación que focalizan sus esfuerzos entorno al desarrollo de un corpus teórico y aplicaciones de I+D+I en esta industria de primer orden y en la configuración de planes de estudios que incluyen másters y posgrados que favorecen la continuidad académica de la disciplina, con la consiguiente proliferación de trabajos de investigación y tesis doctorales sobre la materia turística.

Por lo que respecta a la Universidad de Barcelona, los grupos de investigación en turismo vinculados al máster son los siguientes:

- El grupo de investigación consolidado de Didáctica del patrimonio, nuevas tecnologías y museografía comprensiva (DIDPATRI). La didáctica del patrimonio y la museografía didáctica son los objetivos prioritarios del grupo, así como también las nuevas tecnologías aplicadas. Entre sus prioridades se encuentra el responder a las necesidades de la industria turística de disponer de artefactos explicativos que contribuyan a valorizar el patrimonio turístico.
- El grupo de investigación de Análisis y desarrollo regional (ANTERRIT) de la Universidad de Barcelona se basa en trabajos de investigación en el campo científico del análisis geográfico regional a diversas escalas y desarrollando distintas líneas enfocadas a la resolución de problemas concretos de la política regional y ordenación del territorio con un papel destacado del turismo.
- *El Observatorio de la Alimentación* es un equipo de investigación interdisciplinario y interuniversitario integrado por investigadores interesados en el análisis y la comprensión de los comportamientos alimentarios desde una perspectiva histórica, social, económica y cultural.

Por lo que respecta al ámbito nacional, los grupos de investigación en turismo son muy heterogéneos. Algunos de los más relevantes por la actividad realizada son:

- El grupo de Investigación en Turismo y nuevas dinámicas socio territoriales en áreas rurales (TUDISTAR), de la Universidad Autónoma de Barcelona, que centra su investigación en el turismo y las dinámicas de transformación desde los puntos de vista social, espacial y territorial en las áreas rurales, con especial incidencia en las acciones encaminada a la diversificación de actividades y a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de los espacios rurales.
- El grupo Turismo y patrimonio cultural de la Universidad Complutense de Madrid, con líneas de investigación enfocadas al desarrollo local y territorial, al estudio y generación de políticas urbanas, turismo y funcionalidad en ciudades y centros históricos, al estudio sobre turismo y desarrollo sostenibles en ciudades con patrimonio arquitectónico monumental, al turismo, la accesibilidad y el

medio ambiente en ciudades históricas, y al desarrollo de criterios y metodologías de análisis y prospectiva territorial.

- El grupo Turismo y educación ambiental la Universidad Autónoma de Madrid, con líneas sobre la evaluación de programas de educación e interpretación ambiental, la evaluación de impactos de actividades turístico-recreativas y la evaluación de programas de desarrollo rural.
- El grupo Redes organizativas, innovación y desarrollo de estrategias y productos turísticos (ONIT) de la Universitat de Girona, que estudia la relevancia de las redes relacionales, su configuración y gestión, su capacidad de innovación, la creación de estrategias y la competitividad de las empresas y organizaciones turísticas, así como la dinámica y evolución de las organizaciones estas organizaciones, las capacidades y habilidades directivas para gestionar estos procesos de cambio y los principales obstáculos en una gestión efectiva de dicho cambio.
- El grupo de investigación de Análisis territorial y estudios turísticos (GRATET) de la Universitat Rovira i Virgili, centra su investigación en el análisis de las repercusiones territoriales de los procesos económicos y sociales, su impacto sobre el desarrollo, sus efectos sobre el paisaje y su incidencia en la organización del territorio. Su labor no es simplemente descriptiva sino que mediante herramientas de análisis, como el desarrollo de GIS, puede realizar trabajos de evaluación y simulación con el objetivo de ofrecer servicios de planificación territorial y turística y de diseño de acciones estratégicas sobre el territorio.
- El grupo de investigación en Industria y territorio (GRIT) de la Universitat Rovira i Virgili, es, en este caso, un centro de investigación sobre economía desde donde se realizan estudios en tres áreas: la economía industrial, la economía de innovación y la eficiencia y la economía del turismo. Tiene como objetivo consolidar dinámicas de trabajo que faciliten, colectiva e individualmente, el acceso a las convocatorias de investigación competitivas y la publicación de resultados de la investigación en las revistas científicas de solvencia reconocida.
- El grupo de investigación aplicada en Bienestar, economía i turismo (GRABET) de la Universitat Pompeu Fabra. Escola Universitària del Maresme, es un grupo que pretende aglutinar y dotar de una estructura coherente las investigaciones que realizan un grupo de investigadores interdisciplinarios con diversas líneas de investigación convergentes. El punto de partida es la investigación en economía aplicada que aborda la investigación desde distintos intereses: turístico, la vivienda, el transporte y la economía laboral. El turismo se trata desde una perspectiva múltiple –turismo de salud, urbano, rural, cultural, gastronómico, etc.- y genera investigación enfocada en la diversificación del sector.
- El grupo de investigación en Gestión turística (GUGET) de la Universitat Ramon Llull, ESADE, tiene como objetivo generar conocimiento sobre la gestión sostenible de las empresas turísticas, favoreciendo la innovación y la internacionalización de estas empresas, necesarias para la mejora de la competitividad del sector a nivel de país. Las prioridades del grupo son la investigación sobre el uso de las nuevas tecnologías, el impacto económico del turismo en la sociedad y en el territorio, el marketing social, la innovación y la calidad de la gestión, así como los indicadores de la performance, utilizando metodologías de investigación innovadoras.

En relación al ámbito internacional, algunos de los grupos de investigación en turismo más relevantes son los siguientes:

- Tourism Research Group de la University of Westminster (Reino Unido). Este grupo focaliza sus investigaciones en el turismo urbano, que incluye el realizado en ciudades y áreas metropolitanas. Abordan líneas relacionadas con la gestión de aeropuertos, el negocio turístico, la imagen turística de las ciudades, el capital turístico nacional, el turismo social, el turismo de acontecimientos, turismo deportivo, turismo y desarrollo urbano y políticas turísticas.
- The Geography of Leisure and **Tourism Research Group** (GLTRG) de la Royal Geographical Society dentro del Institute of British Geographers, es un grupo de investigación que tiene como objetivos crear una red de académicos, investigadores y estudiantes que exploren temas relacionados con el turismo y el ocio.
- The Gastronomy and Tourism Research Group es una plataforma de investigación que tiene como objetivos estimular el interés en el turismo gastronómico, proveer este campo de investigación con una plataforma de discusión de investigadores activos y promover la investigación colaborativa. Las principales líneas de investigación del grupo son el turismo y la sostenibilidad de la cocina local y regional, la identidad, gastronomía y turismo local y el desarrollo económico local a través del turismo y la gastronomía.

Estos ejemplos constituyen tan solo algunos de los grupos que comparten líneas de investigación e innovación similares y complementarias con las que proponemos en la presente memoria para la implementación del Máster en Innovación de la Gestión Turística. Además, partimos del convencimiento que la posibilidad de impartir un máster como el propuesto crearía las sinergias y la retroalimentación necesarias para potenciar la creación de grupos de investigación que pudieran dar pie a una labor investigadora coordinada y conjunta no solo de la fuerza docente, sino también de los alumnos. En este sentido, consideramos el máster presentado como el soporte sobre el cual comenzar a articular la generación de grupos de investigación de calidad dentro de la EUHT CETT-UB. De hecho, en el presente se están sentando las bases para la creación de un grupo de investigación que tenga como eje principal el turismo cultural y patrimonial entendido en su más amplia concepción y que se denominará TOURHER, acrónimo de Tourism and Heritage.

Experiencias anteriores de la EUHT CETT-UB en la impartición de Títulos de características similares

El máster que se presenta tiene un enfoque totalmente renovado, no obstante es necesario remarcar que una parte importante de su contenido procede de la revisión, mejora y adaptación de másters con titulación propia de la Universidad de Barcelona. A continuación se detalla las experiencias similares anteriores de la EUHT CETT-UB y su relación con el actual máster diseñado:

- Las materias del itinerario de especialización de **“Gestión turística del patrimonio cultural y natural”** proceden de la experiencia en la impartición del máster título propio de **“Gestión turística del patrimonio cultural y natural”**.
- Las materias del itinerario de especialización **“Gestión de los destinos urbanos”** proceden del máster título propio de **“Gestión de las destinaciones turísticas locales”**, ofrecido en formato on-line.
- Una extensión más reducida de las materias del itinerario de especialización **“Gestión del patrimonio culinario y gastronómico”** proceden del curso de extensión universitario de **“Cocina de alta gastronomía, ejecutiva y creativa”** Referentes Externos a la Universidad que avalen la Propuesta

A continuación se incluyen datos de matrícula y de demanda de los dos títulos propios:

- **Máster en Gestión Destinaciones Turísticas Locales**

Máster	Año	Número de matriculados	Demanda
Máster en Gestión Destinaciones Turísticas Locales	2006/2007	10	15
Máster en Gestión Destinaciones Turísticas Locales	2005/2006	13	20
Máster en Gestión Destinaciones Turísticas Locales	2004/2005	13	21
Máster en Gestión Destinaciones Turísticas Locales	2003/2004	28	40
Máster en Gestión Turística en Destinaciones Locales y	2002/2003	26	37

Regionales			
Máster en Gestión Turística en Destinaciones Locales y Regionales	2001/2002	13	20
Máster en Turismo Urbano	1999/2000	12	24
Máster en Turismo Urbano	1998/1999	9	15

- **Máster en Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural**

Máster	Año	Número de matriculados	Demanda
Máster en Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural	2010/2011	10	16
Máster en Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural	2009/2010	14	20
Máster en Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural	2008/2009	18	26
Máster en Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural	2007/2008	16	25
Máster en Turismo y Mediación Didáctica del Patrimonio	2006/2007	9	17
Máster en Turismo y Mediación Didáctica del Patrimonio	2005/2006	13	20

1.2. Referentes externos que avalan la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas

Para comprender mejor la conveniencia del porqué articular y realizar el Máster de Innovación en la Gestión Turística, se ha realizado una búsqueda de los distintos títulos de Postgrado y Máster que puedan tener una relación evidente ya que reúnen unas pautas, aspectos y enfoques similares con el que aquí se propone. Para ello se ha analizado a distinta escala, tanto a nivel catalán, español como europeo una recopilación que puede servir para poder contrastar mejor las oportunidades que ofrece nuestro máster en relación a otros de características y contenidos parecidos.

Analizando la oferta de cursos que se imparten tanto a nivel catalán, español y europeo, se aprecia que existen numerosos estudios que centran la atención en aspectos que nuestro máster propone. A pesar de la diversidad de cursos identificados, estos se enfocan des de una óptica más geográfica, ambientalista, urbanista, arquitectónica e incluso cultural y gastronómica de sus discursos. A pesar de ello, se hace evidente que no existe ningún curso que haga referencia a un enfoque completo de la gestión tanto cultural, territorial y gastronómica des del punto de vista que exige la realidad turística de hoy día. Y es que entendiendo que el peso del turismo en estas tres disciplinas se erige como uno de los puntales actualmente, se hace necesaria la creación de un curso que plantee y englobe una mejor gestión e interpretación del turismo bajo estas tres menciones.

A continuación en detalle los referentes más significativos, así como la universidad o centro donde se imparte de las tres menciones propuestas por el máster:

ESPECIALIDAD GESTIÓN DE DESTINOS URBANOS

NOMBRE	UNIV. / CENTRO
CATALUÑA	
Máster en planificación territorial y gestión ambiental	UB
Máster oficial estudios territoriales y de la población	UAB
Máster en Intervención y Gestión del Paisaje	UAB
Máster Universitario en Gestión de Destinos i Equipamientos de Ocio y Turismo	Escola Universitaria del Maresme (UPF)
Máster Universitario Planificación Integrada para el Desarrollo Rural y la Gestión Ambiental	UdL
Máster en Planificación territorial (Spatial planning)	UPC
Máster en gestión de la ciudad	UOC
Máster Universitario en gestión de destinos y equipamientos de destinos y equipamientos de ocio y turismo	UPC
ESPAÑA	
Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo	Universidad La Laguna (ULL)
Máster universitario en Análisis Geográfico en la Ordenación del Territorio: Tecnologías de la Información Geográfica	UGR/UMA
Máster en Sistemas de Información Geográfica: planificación, ordenación territorial y medio ambiente	Universidad de Sevilla
Máster oficial en ordenación y gestión del desarrollo territorial y local	Universidad de Sevilla (US)
Máster en Regulación económica y territorial. Esp. Ordenación del Territorio, Urbanismo y Medio Ambiente	Universidad de Málaga (UMA)
Máster en Planificación Urbanística y Subregional. Instrumentos para un Desarrollo Regional Avanzado y Sostenible	US – Centro de Formación Permanente
Máster en planificación y desarrollo territorial sostenible	UAM
Máster universitario urbanismo y ordenación territorial	Universidad de Extremadura
Máster universitario en ordenación territorial y medioambiental	Universidad de Zaragoza (UniZar)

Máster universitario en planeamiento urbano y territorial	Universidad Politécnica de Madrid
Postgrado Diploma de ordenación autonómica del territorio	Universitat de València (UV)
Máster universitario en urbanismo y ordenación del territorio	Universidad San Pablo CEU
Máster en política territorial y urbanística	Universidad Carlos III
Máster en urbanismo, ordenación del territorio y actividad inmobiliaria	Escuela Superior en Comunicación y Negocios
Máster universitario en urbanismo y ordenación del territorio	Universitat d'Alacant i de negocis
Máster universitario en gestión sostenible de la tierra y del territorio	Universidad de Santiago
Máster Oficial en Desarrollo Local e Innovación territorial	Universitat d'Alacant
Máster Oficial en Gobernabilidad para un desarrollo sostenible: planificación, gestión y evaluación ambiental	Universidad La Laguna (ULL)
Máster universitario en medio ambiente: dimensiones humanas y socioeconómicas	UCM

Máster en Economía del Turismo y Medio Ambiente

UIB

Máster en Dirección y Planificación del Turismo

UIB

OTROS ESTUDIOS

Experto Universitario en Planificación y Gestión de Espacios Turísticos	IUSC
Curso de Extensión Universitaria en Planificación y Gestión de Espacios Turísticos	IUSC
Curso de Posgrado de ordenación del territorio y medio ambiente	Fundicot

ESPECIALIDAD GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL

NOMBRE	UNIV. / CENTRO
CATALUÑA	
Máster en Turismo Cultural	Universitat de Girona

Máster en Gestión y Didáctica del Patrimonio Cultural Universitat Ramon Lull

ESPAÑA

Máster en Dirección de proyectos de ocio: cultura, turismo, deporte y recreación Universidad de Deusto

Máster en Gestión Cultural: turismo, patrimonio y naturaleza Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset

Máster en Gestión Cultural Universidad de Valencia

INTERNACIONALES

MA Cultural Tourism Leeds Metropolitan University

ESPECIALIDAD GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULINARIO Y GASTRONÓMICO

NOMBRE	UNIV. / CENTRO
ESPAÑA	
Grado en Ciencias Gastronómicas y Culinarias (en proyecto)	Basque Culinary Center Universidad de Mondragón
Máster en innovación y gestión de restaurantes (inicio septiembre de 2010)	Basque Culinary Center Universidad de Mondragón
Curso de cocina de alta gastronomía ejecutiva y creativa	CETT-UB
Máster en historia y cultura de la alimentación.	Universitat de Barcelona. (Interuniversitario, + Universidades de Bolonia y Tours)
Máster en Comunicación y Gastronomía	Universitat de Vic
Máster Universitario en Agroecología, Desarrollo	Univ. Miguel Hernández. Elche

Rural y Agroturismo	
Máster en alimentación, sociedad y gobernanza alimentaria	UOC (en colab. Con la Univ. de Michigan)
Postgrado en sistemas alimentarios y gobernanza	UOC
INTERNACIONALES	
Arts culinaires et management de la restauration	Instituto Paul Bocuse (Lyon), en colaboración con la Univ. Jean Moulin, Lyon
Management international de l'hôtellerie et de la restauration.	Instituto Paul Bocuse (Lyon), en colaboración con la Univ. Jean Moulin, Lyon
Arts culinaires et management de la restauration	
Bachelor degree in culinary arts management	(CIA, CULINARY INSTITUTE OF AMERICA)
Laurea triennale in scienze gastronomiche	Univ. Degli Studi di Scienze Gastronomiche. Bra, Italia
Máster of Liberal Arts in Gastronomy	Metropolitan College. Univ. de Boston
Máster of Arts in Food Studies.	Chatham University, Pittsburgh
Graduate program in gastronomy (clausurado en 2010)	Research Centre for the History of Food and Drink, Univ. of Adelaide, en colaboración con le Cordon Bleu International
MA Anthropology of food.	School of Oriental and African Studies. Univ. de Londres
Máster post-lauream in Food Culture and Communications.	Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. Bra, Italia
Certificat en gestion et pratiques	Univ. du Québec à Montréal

socioculturelles de la gastronomie.	(UQAM)
Dual major in ecogastronomy.	Univ. de New Hampshire
Laurea magistrale in Promozione e Gestione del Patrimonio Gastronomico e Turistico,	Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. Bra, Italia
Máster post-lauream in Italian Gastronomy and Tourism.	Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. Bra, Italia
Máster Degree in Food, Society and International Governance	Univ. de Michigan (en colab. con la UOC)

1.3. Descripción de los Procedimientos de Consulta Internos y Externos utilizados para la elaboración del Plan de Estudios.

- **Procedimientos internos:**

Durante los últimos años se han llevado a cabo diversas consultas internas que nos han ayudado a diseñar esta Propuesta de Máster Universitario en Innovación en la Gestión Turística.

A continuación se detallan estas acciones:

1. Creación de una Comisión específica para la elaboración de la Memoria de este Máster, formada por:

- la Dirección de la EUHT CETT-UB.
- la Coordinación de Máster de la EUHT CETT-UB.
- los responsables de las intensificaciones del Máster.
- los Coordinadores de los Bloques Temáticos y de los ACE (Ámbitos de Conocimiento Expertos) relacionados con la temática del Máster.
- los profesores y colaboradores especializados en las áreas componentes del Máster.

2. Encuesta de servicios de la EUHT CETT realizada a todos los alumnos del grado y de los Máster actuales donde se preguntan elementos sobre los estudios actuales. En esta encuesta se recogen elementos de mejora de estos estudios que, por extensión, pueden ayudar a definir nuevas propuestas formativas, como el Máster que nos ocupa.

3. Memoria anual de Másters, donde se recogen los elementos clave de cada uno de ellos, como la tasa de rendimiento y éxito por asignaturas, las encuestas de valoración del equipo docente, el estudio del grado de satisfacción de los alumnos y los puntos fuertes y elementos de mejora.

4. Entrevistas con los alumnos de Másters de los programas formativos para comentar la realidad de los estudios actuales y la perspectiva de mejoras, realizados por los coordinadores/as de Másters.

5. Creación de grupos de trabajo (en base a materias del Máster) formado por profesores para diseñar las asignaturas. Estos grupos son los encargados de desplegar las asignaturas y sus elementos componentes.

6. Entrevistas personalizadas con los profesores y coordinadores de Másters realizadas por el Director de la EUHT CETT de forma periódica. A través de estas entrevistas se han puesto de manifiesto las diferentes opiniones y aportaciones sobre los Másters actuales y, en consecuencia, sobre el futuro Máster Universitario en Gestión de la Innovación Turística.

7. Reuniones del Consejo de Dirección del Grupo CETT. La perspectiva de la Dirección ha sido fundamental para diseñar las pautas estratégicas del Máster Universitario en Gestión de la Innovación Turística, ya que se han combinado su visión interna y externa de nuestra realidad como centro.

8. Reuniones de trabajo con los responsables de las diferentes formaciones y servicios de apoyo a la formación del Grup CETT: secretaría, E3 (Espacio Estudiante Empresa CETT-UB), entre otros. Estas reuniones han aportado la visión específica de cada uno de ellos, otorgando una visión pluridisciplinar del Máster Universitario en Innovación en la Gestión Turística, así como elementos clave en el diseño de procesos de gestión vinculados al mismo.

9. Reuniones del Consejo Asesor Universidad Empresa CETT-UB. Sin duda, han sido de gran ayuda para acercar (aún más, si cabe) nuestra propuesta de Máster, a la realidad del sector turístico, ya que han aportado esa opinión de calidad de los responsables de empresas y entidades turísticas que viven día a día la profesión y las competencias más importantes para conseguir el éxito en su puesto de trabajo. El Consejo de Empresas está formado por organizaciones de prestigio dentro del sector, como son la Fundación Alicia, la Fundación Gaspar Espuña-CETT, el Hotel Juan Carlos I (Grupo HUSA), el Grupo Soteras, el Hotel Arts, la cadena Hoteles Hesperia, Paradís Group, Sodexho España, Turismo de Barcelona, Vueling, Carlson Wagonlits, Port Aventura y la Universitat de Barcelona, cuyo Rector preside.

10. Reuniones con los responsables de la Universidad de Barcelona relacionados con el ámbito de Másters, con quienes se ha trabajado en la mejora y máxima adaptación de la propuesta inicial.

Descripción Procedimientos de Consulta Externos:

Se han consultado los siguientes referentes externos, los cuales han ayudado a la contextualización global de esta propuesta. En este caso, el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, el Libro Blanco de Turismo y el Plan Estratégico de Turismo de la Generalitat de Catalunya 2005-10, así como el Libro Blanco sobre los Recursos Humanos de Exceltur y el Congreso de Turismo de Catalunya 2004, en el ámbito específico de la gestión de las personas, y el Plan Nacional de I + D, donde se trata de forma especial el Sector Turístico y la aplicación de las Nuevas Tecnologías, principalmente, para el desarrollo de su competitividad, han sido los referentes principales.

Así mismo, en el último año se han llevado a cabo diversas acciones de consulta externas que nos han ayudado a diseñar esta Propuesta.

A continuación se detallan estas acciones:

1. Encuesta a las empresas del sector turístico a través de los "Encuentros Universidad-Empresa" que se organizan anualmente. Las informaciones obtenidas han aportado, de forma directa, las necesidades principales que las empresas y entidades del sector tienen actualmente y, con ello, las grandes líneas de esta propuesta de Máster Universitario en Innovación en la Gestión Turística.
2. Entrevistas a directivos de empresas del sector. Se han llevado a cabo una serie de entrevistas que nos han ayudado a profundizar en temáticas, procesos, etc. que, sin duda, forman parte de nuestra propuesta de Máster.
3. Entrevistas con ex alumnos. Hemos llevado a cabo estas entrevistas con ex alumnos que están trabajando en el sector para que nos dieran su opinión sobre los estudios de Máster y su realidad actual como profesionales, aportándonos una información muy valiosa a tener que hemos tenido en cuenta a la hora de diseñar la propuesta del Máster Universitario en Gestión de la Innovación Turística.
4. Máster Event 2008, 2009 y 2010. Dentro de las actividades académicas que se realizan en los Másters de la EUHT CETT-UB, se han llevado diversas acciones de este ámbito, debatiendo sobre la problemática actual de la realidad del sector turístico y los perfiles profesionales necesarios, y que nos han ayudado a tener "inputs" directamente aplicables a nuestra propuesta de MOIT.
5. Participación en las comisiones de trabajo de la Universidad de Barcelona para la definición de la normativa propia y principios propios de la UB relativos a la formación de Máster, donde hemos podido consensuar los diversos ámbitos a desarrollar de la propuesta.
6. RED INTUR. Red Interuniversitaria de Postgrados en Turismo. Formamos parte de esta Red de universidades españolas que imparten formación en turismo y que nos sirven para poner en común y discutir los distintos temas de actualidad en el sector, entre ellos el Máster, ya que afecta a todos y cada uno de nosotros.
7. Como EUHT CETT-UB hemos participado en foros de debate y reflexión sobre las necesidades del sector y la sociedad en general, y de los retos de la formación, que nos han ayudado a definir las grandes líneas de nuestra propuesta de Máster. Entre ellos cabe citar la coordinación de la Mesa de Trabajo de Recursos Humanos del Congreso de Turismo de Catalunya 2004, la Jornada de Reflexión sobre el Grado en Turismo (2008), por ejemplo.
8. A nivel general, hemos consultado el Plan Estratégico de Turismo de la Generalitat de Catalunya 2005-10 y el del Turismo Español Horizonte 2020, así como el Libro Blanco del Turismo de la ANECA, siendo unos referentes importantes en la elaboración de esta propuesta.
9. Por otra parte, quisiéramos destacar nuestra participación en diferentes Mesas y Comisiones vinculadas a nuestro ámbito profesional: formación, recursos humanos y turismo. Entre ellas, destacamos algunas: Mesa de Trabajo de la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya, Comisión de Turismo y Comisión de Formación de la Cámara de Comercio de Barcelona;

y miembros del Cercle per al Coneixement, IV Conferencia Internacional de Barcelona sobre Educación Superior: nuevos retos y roles emergentes para el desarrollo humano y social.

10. Estudio de consultoría externo sobre la oferta de Máster actual, sus puntos fuertes, los elementos de mejora, etc., el cual nos ha aportado una profu