



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2016/2017

Nº 110

Análisis y seguimiento de inserción y trayectoria laborales de los egresados del
Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras de la Universidad
Complutense de Madrid

Frank Babinger

Facultad de Comercio y Turismo

Análisis Geográfico Regional y Geografía Física

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El objetivo general del proyecto era conocer la realidad laboral de los egresados del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (MDGEH), analizando su inserción y trayectoria seguida, una vez finalizados los estudios del máster.

Además de este objetivo general se perseguía una serie de objetivos específicos. El primer objetivo específico era descubrir la calidad del trabajo conseguido por los egresados del máster, además de los sectores y subsectores en los cuales se enmarcaban.

Conociendo este escenario, se podría evaluar si el aprendizaje realizado gracias a las materias contenidas en los planes de estudio se adecua a la realidad laboral de los egresados y proponer, en su caso, los cambios y modificaciones oportunas que redundaran en la mejora de la calidad de la enseñanza.

El siguiente objetivo específico era saber en qué medida influía el tiempo transcurrido desde la finalización de los estudios de máster hasta la consecución del primer trabajo, concretamente del primer puesto en el sector turístico-comercial, con especial atención al sector hotelero.

Teniendo en cuenta, que el MDGEH se caracteriza por tener egresados de varias nacionalidades de diferentes continentes, otro objetivo específico se centró en el análisis de las trayectorias laborales seguidas por los alumnos extranjeros con la finalidad de conocer si existen muchas diferencias en las mismas. Ello permitirá una atención personalizada tanto a los estudiantes nacionales como a los extranjeros.

Un objetivo adicional era aprovechar los contactos establecidos al crear una red de antiguos y nuevos alumnos, con los que realizar actividades periódicas de cara a su inserción laboral. Con esta red se fomentarán las recomendaciones entre los egresados y se podrá mejorar la calidad docente del máster al conocer las necesidades laborales reales de los egresados del mismo.

Finalmente, el último objetivo específico se centró en el análisis de las trayectorias seguidas en clave de género y si los puestos de trabajo conseguidos mostraban una diferencia en este sentido. Se trataba de un objetivo de especial importancia y de suma actualidad que debería tener continuidad para intentar conseguir la igualdad de género en el sector hotelero.

Las propuestas de valor se fundamentaron en los objetivos propuestos y tenían una doble vertiente: por un lado, conocer la realidad laboral de los egresados y, por otro, saber en qué medida la enseñanza del MDGEH se adecua a las necesidades laborales de los estudiantes. Ello es un elemento clave para la mejora de la calidad de la docencia del máster.

Además, del análisis se obtiene un resultado concreto sobre la empleabilidad de los egresados que en sí supone una propuesta de valor académica en el marco de la verificación del título por la Fundación Madri+d durante el presente curso.

Finalmente, el proyecto permitirá a los egresados aumentar su red de contactos profesionales al ponerles en contacto con los expertos del sector que ellos mismos conocen, fomentando la posibilidad de recomendaciones. Todo ello enmarcado, auspiciado y promovido desde el equipo de trabajo del proyecto y desde el propio máster de la UCM.

Adicionalmente, se persiguió un objetivo instrumental resultado de la experiencia obtenida en el proyecto anterior (Utilización de la red social LinkedIn con fines académicos y profesionales para estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, proyecto 120 de la convocatoria 2015) y que consistió en acercar la red LinkedIn a los todos los estudiantes de la UCM, no limitándose a los pertenecientes al MDGEH. Para ello se organizó un seminario-taller con un experto en LinkedIn que ha tenido una gran aceptación.

Objetivos alcanzados

Se han alcanzado todos los objetivos propuestos e incluso se ha ido más allá, como se desprende de las actividades desarrolladas y que se exponen en el punto 5 de la presente memoria.

En primer lugar, se han recopilado los listados con todos los estudiantes del máster desde el curso 2009-2010 hasta la actualidad y se ha comprobado que tuvieran una cuenta y un perfil LinkedIn activos en la red.

En paralelo, el equipo diseñó una tabla con los criterios que se iban a analizar: datos personales, género, nacionalidad, estudios previos y posteriores al máster, conocimiento de idiomas, experiencia previa en el sector, sector de trabajo actual, calidad del puesto de trabajo, veces que se ha cambiado de trabajo en el sector, etc.

Posteriormente se hizo un estudio de los perfiles, obteniendo la información relevante según los criterios previamente establecidos y se llevó a cabo el análisis estadístico correspondiente, para conseguir los resultados que se comentan en el apartado 5.

Finalmente, el seminario-taller sobre el uso de la red LinkedIn en el desarrollo de la carrera profesional tuvo un impacto directo e inminente sobre los estudiantes participantes, tanto del propio máster, como del resto de estudiantes de la Facultad de Comercio y Turismo.

Tal como se señalaba en la solicitud, el proyecto ha sido plenamente viable por varias razones

- En primer lugar, por los resultados obtenidos en el proyecto 120 de la convocatoria 2015 que han mostrado tanto la adecuación del equipo investigador, como del tema en relación con el MDGEH. Este mismo equipo se propuso para llevar a cabo el presente proyecto, al que se incorporaron nuevos miembros especialmente adecuados para la temática propuesta.
- En segundo lugar, porque el análisis que se llevó a cabo contó con un horizonte temporal que abarcó todo el curso académico 2016-2017 y, por lo tanto, se pudo asegurar su correcta puesta en marcha, ejecución y análisis de resultados.
- En tercer lugar, porque la herramienta que se utilizó preferencialmente dio buenos resultados en el proyecto anterior y la forma en la que se implementó en el actual garantiza su viabilidad al incluir a todos los implicados: antiguos y actuales estudiantes, Personal Docente e Investigador y Personal de Administración y Servicios.
- En cuarto lugar, porque el presupuesto se limitó exclusivamente a elementos necesarios para su correcta ejecución y que están debidamente justificados.
- En quinto lugar, porque el seminario sobre el uso de LinkedIn ha sido viable y ha dado buenos resultados, como se ha podido comprobar con el proyecto anterior.
- Finalmente, en sexto y último lugar, porque se contó con los medios necesarios que aseguraron su correcto desarrollo.

Además, el proyecto permite transferir objetivos general y específicos, metodología y resultados a otras titulaciones, puesto que se puede adaptar a todos los sectores económicos.

El uso de la red social profesional LinkedIn para el análisis de la inserción laboral y de las trayectorias laborales de los egresados puede ser utilizado en cualquier titulación de grado o de máster.

Por lo tanto, los resultados del proyecto pueden ser extrapolados y transferidos a otras titulaciones que, no obstante, deberán establecer sus propios análisis, puesto que los resultados específicos pueden variar de un grado o máster a otro.

El proyecto demuestra que su implementación favorece la interrelación de diferentes cursos de egresados del máster que se encuentran actualmente trabajando o buscando empleo en el sector, incluyendo a los futuros egresados que se irán incorporando paulatinamente a la red.

Finalmente, permite y favorece la interrelación entre el mundo académico de la universidad con el de la empresa, facilitando a su vez la transferencia a la sociedad.

2. Metodología empleada en el proyecto

El método empleado en el proyecto fue fundamentalmente de carácter cualitativo, por medio de la exploración de la información publicada, en la red LinkedIn por los usuarios, es decir, por los exalumnos del máster. Seguidamente, y tras realizar una organización de la información, la misma se analizó estadísticamente por medio de un proceso descriptivo aplicado a la totalidad de los datos obtenidos. El método seguido fue obtener frecuencias y representarlas por medio de histogramas, realizando posteriormente un análisis estadístico por correspondencias, para detectar si existían o no algunas variables dominantes en la inserción laboral de los egresados.

Con carácter previo a la puesta en marcha del proyecto, el equipo investigador, de carácter interdisciplinar, creyó apropiado enriquecerse por representantes del personal de administración y servicios y de los propios estudiantes del máster, con el fin de conseguir una mayor amplitud de enfoque al tema tratado.

El procedimiento diseñado para la investigación incluyó la búsqueda y exploración de los perfiles de LinkedIn de los exalumnos del máster, para lo que se contó con el trabajo previamente efectuado en un proyecto anterior (Utilización de la red social LinkedIn con fines académicos y profesionales para estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, proyecto 120 de la convocatoria 2015). En su desarrollo se utilizó la red como plataforma de alumnos, de manera que se pudiera contactar con todos los alumnos de anteriores promociones y se tuviera una base de datos actualizada.

Con ello se consiguió el establecimiento de una red profesional de alumnos nuevos y antiguos, profesores, profesionales, instituciones y empresas que ampliaba los contactos de todos ellos y redundaba en una nueva forma de aplicar las redes sociales a las enseñanzas de másteres profesionales.

Con atención al objetivo general, se empezó por un análisis de la información contenida en los perfiles de los antiguos estudiantes, con especial atención a sus puestos de trabajo actuales y las trayectorias seguidas.

Una línea paralela de trabajo se centró en los contactos de los egresados, información contenida en sus perfiles, para conocer cuántos contactos tienen en el sector turístico-comercial y hotelero. La idea era fortalecer la red de antiguos y futuros egresados con vista a una exitosa inserción laboral.

De este análisis se establecieron resultados explotables estadísticamente en línea con los objetivos específicos propuestos: tiempo transcurrido desde la finalización de los estudios del máster; diferenciación por nacionalidades; y por género.

3. Recursos humanos

El equipo ha sido interdisciplinar e interdepartamental contando con miembros del departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Derecho Civil, Economía financiera y Contabilidad II (Contabilidad) y Organización de Empresas.

Además fue también interfacultativo con miembros de las Facultades de Comercio y Turismo y de Ciencias Económicas y Empresariales-

Finalmente, al equipo también se incorporaron un miembro del Personal de Administración y Servicios, y dos estudiantes, lo que representó una interdisciplinaria inherente al máster, a los egresados del mismo y al mundo laboral.

Los miembros fueron:

- Frank Babinger, coordinador del MDGEH y tutor de Trabajos Fin de Máster (TFM) y del Business Game (BG) y miembro del tribunal calificador de los TFM. Ha participado en once proyectos de innovación consecutivos y además ha sido el responsable de tres consecutivos en las últimas convocatorias.
- José Eugenio Castañeda Muñoz, tutor de TFM y antiguo profesor del máster.
- Victoria de las Heras Jiménez, tutora de TFM y del BG y profesora del máster.
- Araceli Maseda Moreno, tutora de TFM y del BG y profesora del máster.
- Lourdes Susaeta Erburu, tutora de TFM y profesora del máster. Ha participado en varios proyectos de innovación, destacando el realizado sobre la "Mejora de la empleabilidad de los alumnos del Grado en ADE" en la convocatoria de 2010 cuyos resultados son valiosos para el proyecto propuesto.
- María José Pizarro Santander, secretaria en la Facultad de Comercio y Turismo con especial dedicación a los másteres del centro. Tiene todos los datos relativos a los alumnos y exalumnos matriculados del MDGEH.
- Guillermo Marsal Martínez, exalumno del máster, Executive Assistant en Petit Palace Hoteles y que representa un buen ejemplo de trayectoria laboral en consonancia con el MDGEH.
- Francisco Mora Oria, alumno del máster y subdirector del hotel ME Madrid Reina Victoria en Melià Hotels y, también, un buen ejemplo de unión del MDGEH con el mundo laboral y empresarial.

Los miembros del equipo, Frank Babinger, José Eugenio Castañeda Muñoz, Araceli Maseda Moreno, Lourdes Susaeta Erburu y Victoria de las Heras Jiménez, han sido participantes del proyecto anterior, "Utilización de la red social LinkedIn con fines académicos y profesionales para estudiantes del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras" de la convocatoria 2015-2016, fundamento del presente proyecto.

4. Desarrollo de las actividades

Las actividades se han desarrollado en consonancia con la metodología y el plan de trabajo propuestos. Se puede decir que el proyecto va a tener varios impactos, tanto para el propio máster, como para los estudiantes del mismo. En este último caso, va a servir tanto para los antiguos alumnos, como para los actuales e, incluso, para los futuros.

Los impactos se derivan de los objetivos contenidos en la propuesta de la solicitud, en especial el conocimiento de la inserción en el mundo laboral y de las trayectorias seguidas por los egresados del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (MDGEH) de la Universidad Complutense de Madrid.

En primer lugar, se pretendía saber si los egresados del MDGEH están trabajando y, en segundo lugar, en qué sectores lo están haciendo y si éstos están en consonancia con lo esperado para un estudiante del máster.

Además de la empleabilidad y la capacidad emprendedora, el proyecto tiene un segundo impacto basado en el aprovechamiento de los contactos profesionales de los egresados para aumentar su presencia en el sector. Este impacto, sin fecha de caducidad, es altamente positivo, ya que se podrán aprovechar los contactos de los diferentes egresados para fomentar la inserción laboral de las nuevas promociones.

El hecho que antiguos alumnos proporcionen contactos y recomienden a los nuevos egresados, o a los antiguos que deseen moverse dentro del sector, tendrá una repercusión muy positiva a largo plazo y contribuirá a un mayor grado de empleabilidad de nuestros estudiantes.

Los resultados no se limitan exclusivamente a conocer el ámbito laboral en el que están situados los exalumnos, sino que tienen un trasfondo que incluye la verificación de la calidad de la enseñanza para elucidar hasta qué punto la docencia que se ofrece en el máster es útil para su futuro profesional.

El Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras de la Universidad Complutense de Madrid es una titulación que tiene como reto principal la formación de profesionales altamente preparados. Por lo tanto, se entiende que una inserción laboral en empresas del sector efectiva y eficaz se puede utilizar para corroborar la calidad y utilidad de la docencia ofrecida.

Conociendo este escenario, se podrá evaluar si el aprendizaje de los contenidos de los planes de estudio se adecua a la realidad laboral de los egresados y proponer, en su caso, los cambios y las modificaciones oportunas que redunden en la mejora de la calidad de la enseñanza.

Además, con el proyecto también se quiere reforzar el uso de la red creada de forma bidireccional: no solamente para facilitar la incorporación de los alumnos al mundo laboral, sino para agregar, también, al sector profesional a la docencia del máster. Así se aprovechan los contactos creados para organizar actividades como programas de continuidad que incluyen visitas a las empresas en las que trabajan los exalumnos, invitaciones para dar charlas, conferencias o seminarios y para la participación en mesas redondas.

Como resultado de las actividades desarrolladas se ha conseguido una información muy valiosa, tal como muestran varios indicadores. Éstos se basan en los objetivos del proyecto y han sido sacados a partir de la información contenida en los perfiles ofrecidos por los egresados del máster en LinkedIn.

De esta manera se ha contemplado un total de 197 exalumnos del máster, de los cuales 175 tienen un perfil en LinkedIn que se ha analizado en profundidad.

De este análisis podemos destacar lo siguiente:

El 75% de los egresados es de género femenino, lo que es una clara predominancia sobre el 25% masculino. El 72% de los alumnos son españoles, mientras que el 28% de extranjeros se distribuye entre varias nacionalidades: rumano, búlgaro, esloveno, ruso, polaco, sueco, francés, chinos, portugueses, dominicanos, cubanos, ecuatorianos, colombianos, peruanos y brasileños, con una clara supremacía de países de Latinoamérica.

En cuanto a los estudios previos, el 63% proviene del Grado en Turismo, el 21% de Administración y Dirección de Empresas, el 2% Marketing y el 13% de otras titulaciones (Derecho, etc.). El 37% contaba con experiencia previa en el sector.

Los conocimientos de inglés de los egresados son relativamente altos, con un 49% que se declara bilingüe o con competencia profesional completa. El 19% tiene nivel intermedio, el 4% básico y un 28% no ofrece esta información.

Uno de los indicadores más importantes es saber en qué sectores trabajan los egresados, destacando que el 75% trabaja en sectores directamente relacionados con los estudios del máster. En concreto, el 48% trabaja en hoteles, el 12% en turismo y un 12% en actividades relacionadas con las enseñanzas del máster. Actualmente, el 71% trabaja en España y el 29% en el extranjero.

Un dato muy importante era conocer la calidad del puesto de trabajo y destaca que un 53% trabaja como mando intermedio, un 28% es ejecutivo y un 18% se encuentra en una posición más baja. En general son datos muy buenos, ya que más del 75% están en posiciones relevantes.

Si se analizan estos últimos datos en clave de género, cambia la imagen, ya que el 22% de las mujeres tienen puestos básicos, el 61% de mando intermedio y sólo el 17% tiene una posición ejecutiva. En el caso de los hombres, las cifras se distribuyen de otra manera, con un 14% de puestos básicos, 52% de mandos intermedios y el 34% de puestos ejecutivos, doblando la tasa de las mujeres.

En cuanto al área funcional, el 44% trabaja en administración y finanzas, el 30% en relaciones públicas y ventas, el 17% en recepción y el 9% tiene otras funciones.

Además de estos resultados, del proyecto se han derivado otras actividades que se han desarrollado durante la duración del mismo:

- Se ha podido contar con una colaboración destacada por parte de Petit Palace Hoteles que ofreció un seminario de 10 horas sobre Revenue Management.
- Se ha realizado un seminario sobre el uso de LinkedIn para todos los alumnos de la Facultad de Comercio y Turismo, impartido por Alex López, experto de reconocido prestigio en la materia.
- Se ha celebrado un Acto para antiguos y actuales alumnos del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en el cual se ha presentado una conferencia sobre Inbound Marketing por parte de Clara Soler y se ha podido tener una sesión eficaz de networking entre todos los presentes.

Finalmente, los resultados del proyecto han sido presentados en la 3rd International Conference on Higher Education Advances (HEAd'17) en Valencia, un Congreso educativo de reconocido prestigio en el cual solo una parte reducida de comunicaciones ha sido aceptada.

La comunicación presentada por parte del equipo se encuentra en el Anexo.

5. Anexo

Use of LinkedIn in teaching and labour monitoring of the Master in Hotel Companies Management

Babinger, Frank^a; Maseda, Araceli^b; Susaeta, Lourdes^b and De las Heras, Victoria^c

^aDepartment of Regional Geographic Analysis and Physical Geography, Complutense University of Madrid, Spain, ^bDepartment of Business Organization, Complutense University of Madrid, Spain, ^cDepartment of Financial Economics and Accounting II (Accounting), Complutense University of Madrid, Spain.

Abstract

The present paper explores the use of the professional social network LinkedIn in the teaching of official masters. It is based on two projects of teaching innovation that are based on the information contained in the alumni profiles of the Master in Hotel Companies Management of the Complutense University of Madrid. Thanks to its analysis, valuable information about the insertion and career of the master's graduates is obtained, while it implies a greater interrelation between the academic and labour world. In this way, the quality of the teaching-learning process can be verified and improved with the approach of the labour world and the incorporation of the experiences of alumni to the classroom as an enrichment of regulated teaching.

Keywords: *LinkedIn, social networks, masters, graduates, job placement.*
