

Explorando la posibilidad de implementar un posgrado de turismo en Loja (Ecuador)

Exploring the possibility of implementing a tourism postgraduate in Loja (Ecuador)

BALBUENA, Antonia 1; SALINAS, David S. 2 y SUASNAVAS, María G. 3

Recibido: 30/04/2019 • Aprobado: 12/07/2019 • Publicado 29/07/2019

Contenido

1. Introducción
 2. Metodología
 3. Metodología
 4. Resultados
 5. Conclusiones y discusión
- Referencias bibliográficas

RESUMEN:

Esta investigación analiza la pertinencia de implementar un posgrado en turismo en la UTPL, en la provincia de Loja (Ecuador) ante las demandas del mercado y la carencia de esta formación en esta área. Para lograr este fin, se llevó a cabo una encuesta online a 112 egresados y diez entrevistas a líderes de opinión del sector turístico. Los resultados más significativos fueron: las motivaciones de los egresados para realizarlo están relacionadas con las oportunidades laborales y la mejora de los ingresos; el enfoque educativo debería orientarse hacia las nuevas tecnologías y a la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. Además, se observa cierta inequidad en cuanto al salario entre hombres y mujeres profesionales del sector.

Palabras clave: Educación, postgrado/Maestría, turismo, Loja (Ecuador)

ABSTRACT:

This research aims at analyzing the relevance of offering a postgrad program in tourism at Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) in southern Ecuador, based on market demands and an identified lack of specialized formation in the field. To achieve this goal, an online survey of 112 graduates and ten interviews with opinion leaders in the tourism sector was carried out. Most relevant results of this research where: alumni motivation to study is related to job opportunities and income improvement; the focus of the program should take in consideration ICT's and hands-on the developed competencies. Furthermore, it was founded a wage inequality between professional man and woman of the field.

Keywords: Education, postgraduate / Masters, tourism, Loja (Ecuador)

1. Introducción

La industria de la hospitalidad y el turismo contribuye significativamente a las economías de muchos países de América Latina como México, Costa Rica, Colombia, etc. En el caso de Ecuador el turismo representa el 5,15% del PIB total, ocupando el cuarto lugar en ingresos generados por este sector (SENPLADES, 2017-2021).

Los trabajadores del sector turístico históricamente han sido los menos cualificados a nivel educativo en comparación con otras áreas de producción (Baum, 2007). Sin embargo, esta perspectiva comienza a cambiar debido a que esta industria es muy competitiva y los países necesitan una mano de obra cualificada en valores, conocimientos y habilidades para tener éxito. Ante esta demanda de personal cualificado, las universidades han desarrollado programas de estudio encaminados a instruir y mejorar la calidad de los recursos humanos, proporcionando, de este modo, una formación enfocada en la atención al cliente, la prestación de servicios y la planificación y gestión del potencial turístico de un país (Abdul-Ghani, 2006; Koyuncu, et al., 2008).

En la actualidad, los actores que conforman el sector turístico se plantean si los graduados de hoy están siendo preparados adecuadamente a medida que ingresan en un entorno laboral cada vez más complejo y competitivo (Assante, et al., 2010) donde se necesita de una multitud de habilidades y competencias para satisfacer las demandas de la industria (Hsu and Gregory, 1995). Mayaka and Akama (2007) también sugirieron que el desarrollo de recursos humanos de un país es crucial para lograr una ventaja comparativa en la industria del turismo global, la cual es altamente volátil e intensamente competitiva.

Las empresas tanto públicas como privadas en Ecuador están solicitando candidatos especializados al ser conscientes de la importancia del talento humano como la clave del éxito del sector turístico (Chang and Hsu, 2010). El Máster o posgrado se convierte en un medio por el cual diferenciarse de la media y del promedio de otros profesionales (Johanson, 2006). Por tanto, preparar a los universitarios para ingresar en un trabajo que cambia rápidamente, requiere de un programa académico relevante y determinado que evalúe las tensiones y oportunidades sostenibles territoriales y pregunte a los actores implicados en el sector, qué actitudes, conocimientos y habilidades deberían adquirir los estudiantes (Assante, et al., 2010) para posteriormente, con las opiniones de todas las partes interesadas, elaborar un adecuado y competente plan de estudios.

Esta investigación analiza la pertinencia de implementar un posgrado o Maestría en turismo en la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL-Ecuador) ante la carencia de posgrados en la provincia de Loja. Para lograr este objetivo, se ha optado tanto por una metodología cuantitativa como cualitativa. Por una parte, se ha realizado un cuestionario que ha sido contestado por egresados de distintas carreras afines al turismo y por otra, se ha entrevistado a diversos gestores turísticos. Con los datos procesados se han determinado las motivaciones que tienen los universitarios para estudiar un posgrado y el enfoque curricular que debería considerar la Universidad con respecto a las demandas y necesidades territoriales y turísticas. Por último, se han establecido las principales razones que tienen los egresados para estudiar esta Maestría en dicha Universidad.

2. Revisión de literatura

Durante muchos años la formación en turismo no se valoró como un medio prioritario, sin embargo, se ha ido reconociendo la importancia de educar para asegurar que el turismo sea un sector productivo y profesional (Cooper and Shepherd, 1997). La calidad de los recursos humanos es fundamental para conseguir el éxito en esta industria, ya que permite obtener una ventaja competitiva y se le agrega valor al producto, siendo beneficioso en todos los ámbitos.

La oferta de cursos de turismo ha ido creciendo a nivel global considerablemente en las últimas tres décadas a medida que tal incremento se ha visto impulsado por la rápida expansión de esta industria (Dale and Robinson, 2001). Esto ha dado lugar a que aumente el número de interesados en estudiar la carrera de turismo y quieran especializarse posteriormente en un posgrado o Maestría.

En la literatura turística se han estudiado los diferentes enfoques en la educación turística que podrían ser exitosos, tales como: que el posgrado sea reconocido por el sector empresarial, que la Universidad tenga un importante número de matriculados, que la institución tenga cierta reputación y sea de calidad, que los graduados logren un empleo y puedan promocionarse laboralmente, que sus estudios de posgrado le ayuden a mejorar sus ingresos, entre otras (Celis, 2015).

De esta manera clasificamos en factores intrínsecos (beneficios personales) como extrínsecos (referentes a la Universidad, plan de estudios, su contexto, etc.) las causas por las que los universitarios valoran la elección de un posgrado.

En cuanto a los factores intrínsecos, las razones para estudiar una Maestría fueron el autodesarrollo, el conocimiento y la estimulación académica. Sin embargo, estas causas han ido cambiando y actualmente la competencia en el mercado laboral y el deseo del estudiante de progresar profesional como económicamente, se han convertido en los motores para que muchos estudiantes decidan estudiar un posgrado (Ruhanen and McLennan, 2012). Es decir, las motivaciones principales de los universitarios para plantearse una especialización son: mejorar las oportunidades de empleo, conseguir un mayor salario y tener la oportunidad de progresar o promocionarse profesionalmente (Hannam, et al., 2004; Hjalager, 2003; Suvantola, 2004; Lam, et al., 2011).

En relación con los factores extrínsecos, el estudio de Mazzerol and Soutar, (2002) encontró que los estudiantes elegían universidades que ofrecían una sólida reputación académica, una buena calidad de enseñanza, ofrecían una mejor oferta de cursos, procuraban perspectivas de trabajo y tenían un buen ambiente. Resultados similares también fueron obtenidos por Soutar and Turner (2002) y Dodds and Muchnick (2008) reconociendo estos últimos, la reputación sólida de la institución tanto a nivel nacional como internacional, como la mejor herramienta de marketing.

Además de la popularidad institucional, la reputación del personal docente no sólo a nivel académico, sino en términos de amabilidad, así como la posibilidad de viajar poniendo en práctica la teoría, fueron elementos de éxito reconocidos por el estudio de O'Mahony, et al., (2001). Lam et al., (2011) también exploraron la imagen institucional, la cual influye satisfactoriamente en los estudiantes. Por otro lado, el estudio de McAlexander et al., (2005) examinó la importancia de la lealtad entre egresados y la universidad, expresada en términos de seguir estudiando en el mismo centro algún curso o posgrado, gracias a la marca que genera la propia universidad, lográndolo a través de la atención activa y las relaciones interpersonales con sus universitarios durante y después de finalizar sus estudios. Esta marca también abarca la relación de la academia con el sector empresarial público y privado que se traducen en los convenios a manera de prácticas, pasantías y colaboración interinstitucional.

Por otro lado, durante años, el turismo ha sido visto como un tema que enriquece otras áreas como la geografía (Cooper and Shepherd, 1997), es por ello que la investigación sobre el plan de estudios de los programas de hospitalidad y turismo ha sido un área de creciente estudio. Muchos de ellos llegan a la conclusión de la necesidad de integrar las habilidades operativas y de gestión para alcanzar el éxito profesional (Tas, 1988; Baum, 1991; Kay and Russette, 2000; Christou, 2002; Dopson and Nelson, 2003; Dopson and Tas, 2004). Otros estudios se centran en la importancia de las relaciones interpersonales, de gestión y gerenciales del profesional. Algunos investigadores opinan que el conocimiento, las habilidades y los valores son los componentes que se han de tener en cuenta a la hora de desarrollar un plan de estudios (Dopson and Tas, 2004; Gursoy and Swanger, 2004, 2005).

El estudio de Ruhanen and McLennan (2012), orientado a posgrados internacionales, arrojan resultados interesantes sobre el deseo de los estudiantes de desarrollarse profesionalmente y de la necesidad de lograr un currículum teórico sólido, pero orientado a la práctica. La investigación de Alexander (2007), también llega a resultados similares, en cuanto a la importancia de ofrecer una perspectiva más equilibrada, desarrollando habilidades tanto prácticas como teóricas. No obstante, la enseñanza no ha dejado de regirse por métodos aún tradicionales basados en tutoriales, libros de texto y exámenes, entre otros. La educación turística es un área de aprendizaje que debería basarse en enfoques innovadores y flexibles, adaptándose a la evolución continua de este sector en cuestiones de competitividad y actualización constante (Ruhanen and McLennan, 2012). Okumus and Wong, (2007) sugieren como, alternativa al modelo tradicional, analizar situaciones empresariales complejas, una visión holística de la industria, desarrollar habilidades como la toma de decisiones y la resolución de problemas. Assante, et al., (2010) determinaron que un programa de calidad significa relacionarse con este sector, preparar a los estudiantes

para ser profesionales exitosos, fomentar el pensamiento crítico, relacionarse con los egresados titulados, escuchar activamente a los estudiantes y evaluar continuamente el programa de estudios para mejorarlo. Algunas investigaciones indican que los programas de calidad, deberían reflejar la naturaleza cambiante de la industria del turismo (Assante et al., 2010) y para ello, la educación se debería basar en una mayor cooperación entre los educadores, los estudiantes y el sector turístico (Raybould and Wilkins, 2005). Muchos estudios han concluido en la importancia de establecer un posgrado teniendo en cuenta los distintos actores que intervienen en la educación turística. De esta manera, se podrían acercar los diferentes puntos de vista e integrarlos, constituyendo un programa educativo que tenga la validación de todas las partes implicadas (Dale and Robinson, 2001; Tepeci and Bartlett, 2002; Hjalager, 2003; Hannam et al., 2004; Suvantola, 2004; Tesone and Ricci, 2006; Alexander, 2007; Lee et al., 2008; Ruhanen and McLennan, 2012) y donde la aplicación práctica se adecue a las demandas del mercado.

Por tanto, el éxito del plan de estudios va a depender de las destrezas que conjuntamente trabajen la universidad y la industria del turismo para mejorar la calidad del currículo educativo (Chi and Gursoy, 2009). Los educadores, por su parte, tienen un papel importante desde esta visión, ya que han de estar actualizados y han de asegurar que la perspectiva académica es consistente con las tendencias actuales del sector turístico (Cooper and Shepherd, 1997).

3. Metodología

3.1. Área de estudio

La provincia de Loja, se encuentra situada en el sur del Ecuador, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra. Su capital administrativa es la ciudad de Loja, lugar donde se encuentra la UTP y cuenta con 214.855 habitantes (INEC, 2010). A su vez, esta provincia forma parte de la Zona 7, es decir, el gobierno ecuatoriano dividió el país en nueve zonas o niveles administrativos para identificar necesidades y soluciones para la prestación de servicios públicos en el territorio. La zona 7 está formada por las provincias de: Loja, El Oro y Zamora Chinchipe (SENPLADES, 2012).

Figura 1

Mapa de Ecuador y área de estudio: Loja



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2014)

3.2. Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)

La Universidad Técnica Particular de Loja es una institución privada, autónoma, con finalidad social y pública fundada en 1971, pionera de la educación a distancia.

Actualmente oferta diversas titulaciones de grado y entre ellas, la de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, tanto en la modalidad presencial como a distancia. Del período 2014 al 2017 se han matriculado un total de 6.532 alumnos/as en esta titulación, siendo el 85% los que han elegido la modalidad a distancia y sólo el 15% presencial (UTPL, 2017). El aprendizaje online está teniendo un importante impacto en el proceso educativo, debido a que permite a los estudiantes recibir e interactuar con materiales didácticos, así como con maestros y compañeros a través de las plataformas virtuales (Sigala, 2002), de esta manera, se permite la flexibilidad del aprendizaje y la organización del tiempo y del espacio del estudiante en función de sus necesidades (Afifi, 2011).

Se ha ido observando en estos últimos años el auge y el aumento considerable de la modalidad a distancia, en contraposición a la presencial. Esto es debido a que esta Universidad cuenta con 82 centros universitarios situados por todo Ecuador y tres a nivel internacional (Nueva York, Madrid y Roma). Por tanto, los alumnos proceden de diferentes lugares del país, no sólo de la provincia de Loja.

La UTPL se está planteando la posibilidad de ofertar la Maestría en Turismo por varias razones: se quiere incluir una mayor variedad de posgrados, está siendo solicitado por egresados y se requiere de recursos humanos especializados en este sector. Actualmente, no existe ningún posgrado que abarque la gestión del turismo en la provincia de Loja, es por ello, que la UTPL considera implantar estos estudios próximamente, respondiendo de manera más rápida y eficiente a las demandas del mercado.

3.3. Método

Se combinó la metodología cuantitativa y cualitativa para llevar a cabo este estudio.

Método cuantitativo: la población de interés se basó en egresados de la UTPL que habían cursado alguna titulación relacionada con el turismo o áreas afines.

La secretaría de la Universidad envió un correo electrónico a 1.950 egresados de distintas edades y género invitándoles a participar en un cuestionario online. El 17,3% del total abrieron el cuestionario y contestaron algunas preguntas, pero sólo el 5,7% lo completaron hasta el final, obteniendo una muestra final de estudio de 112 encuestados, lo que supone un nivel de confianza del 92% y un margen de error del 8%. Aunque las cifras de este estudio no responden a un intervalo de confianza aceptable (Dodds and Muchnick, 2008), dada la falta de interés que suscitó la encuesta entre los antiguos alumnos, los resultados ofrecen una idea aproximada de cómo orientar el posgrado en turismo y brindan una perspectiva de las posibles motivaciones.

Método cualitativo: se obtuvo información de 10 actores representantes del sector turístico tanto público como privado a través de una entrevista semiestructurada. Siete de ellos trabajan en la Zona 7 y los otros tres en distintos lugares de Ecuador. Estos actores fueron identificados a través del muestreo bola de nieve que consiste en invitar a los participantes a que identifiquen otros sujetos relacionados con el objeto de estudio. Es una técnica adecuada cuando se desconoce la población a la cual se quiere acceder y sobre la que no existe ningún registro previo al cual aferrarse. Este método es muy utilizado en varias investigaciones junto con otros métodos de identificación (Medeiros de Araujo and Bramwell, 1999; Reed et al., 2006; Hubacek et al., 2006).

El tamaño de la muestra es pequeño, pero al repetirse las respuestas, se consideró que no había nuevos patrones de contestación novedosos, llegando a la saturación de la misma (Hernández, et al., 1996), cerrando por consiguiente, el proceso de búsqueda de nuevos actores.

3.4. Instrumento de investigación y técnicas de análisis

Método cuantitativo: se desarrolló un cuestionario online, el cual fue administrado a través de Google Forms. El correo enviado a los antiguos alumnos incluía una breve explicación sobre el objetivo de la encuesta, el enlace a la encuesta real y el ingreso en un sorteo que consistía en pasar una noche en un hotel de Loja. Los datos fueron recolectados durante el mes de septiembre de 2017.

El cuestionario se estructuró en cinco partes:

1. Perfil del graduado. Se recopiló datos en función de: la edad, el género, la provincia de residencia, el título académico, el año de finalización, la modalidad de estudios, los ingresos mensuales y la situación laboral actual.
2. Interés por la Maestría. Se les preguntó directamente si estaban interesados en realizar un posgrado en turismo. A continuación, si esta especialización la estudiarían en la UTPL y en caso negativo, se les preguntaba la razón. Por último, qué modalidad de estudio escogerían, en caso de realizarla.
3. Motivaciones para estudiar un posgrado. Se establecieron tres indicadores: estatus, oportunidades laborales y mejorar ingresos. Los graduados tenían que indicar en una escala tipo Likert de 7 puntos, con una gama de respuestas de grado de intensidad que iban desde el 1 (sin importancia) a 7 (extremadamente importante), su valoración por cada ítem.
4. Razones para estudiar el posgrado en UTPL. A través de la misma escala Likert de 7 puntos se les pedía a los encuestados que evaluaran los siguientes indicadores: modalidad abierta, ubicación geográfica, prestigio institucional, calidad académica y precio por valor recibido, es decir, si los contenidos de la especialización estarían en consonancia con el precio que habría que pagar por realizarlo.
5. El enfoque que debería presentar la Maestría. Los doce ítems que tenían que valorar fueron: gestión sostenible, innovación, desarrollo integral, planificación turística, políticas turísticas, nuevas tecnologías, emprendimiento, turismo de naturaleza, turismo comunitario,

marketing, gestión hotelera y proyectos turísticos. Se estableció para esta ocasión, una escala de cuatro respuestas: preferencia nula, baja, media y alta.

Se usó el paquete estadístico para las ciencias sociales SPSS versión 23 para el análisis de los resultados. Se realizó primeramente un análisis descriptivo, luego se aplicó para las variables categóricas el test Chi-cuadrado y, por último, se llevó a cabo el test ANOVA.

Método cualitativo: se realizaron entrevistas semiestructuradas dividiéndose los temas y los resultados en tres grandes grupos:

Los problemas que presenta la zona 7 en cuestiones turísticas.

El enfoque y/o contenidos que debería abarcar un posgrado en turismo.

Las oportunidades a nivel laboral que podría representar esta especialización.

Las transcripciones de las entrevistas se analizaron usando el programa ATLAS.ti., una herramienta que contribuyó a la reducción, codificación, organización y estructuración de datos, según el sistema de categorías utilizado (Sabariego et al., 2014). Se constituyeron los códigos L.1, L.2, etc. para referir de forma anónima a los líderes de opinión que accedieron a las entrevistas.

4. Resultados

4.1. Resultados cuantitativos

En el presente estudio, la muestra estuvo compuesta de 112 egresados que estudiaron alguna carrera relacionada con las ciencias sociales y que podrían estar interesados en realizar un posgrado en turismo.

La muestra se compone en su mayoría de mujeres (61,6%) y el resto de hombres (38,4%). En cuanto a la edad, los dos grupos más representativos lo conformaron los que se encuentran entre los 31 y 40 años con el 39,3%, y entre 20 a 30 años con el 37,5%. Casi la mayoría reside en la provincia de Loja (45,5%), y el 29,5% de los encuestados han estudiado administración de empresas turísticas y hoteleras, y el 26,8% administración de empresas. Por otro lado, la mayoría (55,4%) finalizaron sus estudios entre 2014-2017 y la modalidad de estudios cursada fue principalmente presencial (56,3%). En cuanto a los ingresos mensuales, la mayoría gana menos de 1000\$ (55,4%) y entre 1100 y 1800\$ el 32,1%. Casi la mayoría tiene un trabajo relacionado con sus estudios y lo desarrollan para una empresa (47,3%) mientras que el 20,5% no trabaja en algo relacionado con su carrera (Tabla 1).

Tabla 1
Perfil del graduado que podría estar interesado en un posgrado

Categoría	Indicadores	Porcentaje
Edad	20 a 30	37,5
	31 a 40	39,3
	41 a 50	15,2
	Más de 51	8,1
Sexo	Masculino	38,4
	Femenino	61,6
Provincia de residencia	Loja	45,5
	Pichincha	21,4
	Otros	33,1

Título académico	Adm. de Empresas Turísticas	8,9
	Adm. de Empresas Turísticas y Hoteleras	29,5
	Adm. de Empresas	26,8
	Economista	19,6
	Gestión Ambiental o afines	15,2
Año de obtención del título	Antes del 2006	14,3
	2007-2010	16,1
	2011-2013	14,3
	2014-2017	55,4
Modalidad de estudio	Presencial	56,3
	Semipresencial	1,8
	Distancia	42,0
Ingresos mensuales	Menos de 1000\$	55,4
	Entre 1100 y 1800\$	32,1
	Entre 1900 y 2600\$	8,9
	Más de 2700\$	3,6
Situación laboral	Trabajo relacionado con sus estudios y en empresa	47,3
	Trabajo relacionado con sus estudios en empresa propia	9,8
	Trabajo no relacionado con sus estudios	20,5
	Buscando empleo	14,3
	Emprendiendo algún negocio	8,0

Fuente: Elaboración propia.

El 63,4% de los encuestados estarían interesados en estudiar un posgrado, y dentro de este grupo, el 42% lo realizarían en la UTPL. La cuestión económica (56,1%) se alza como la razón principal para no formarse en esta Universidad. La modalidad de estudio elegida sería semipresencial (47,9%) y a distancia (46,5%).

Tabla 2
Interés por posgrado

Categoría	Indicadores	Porcentaje
Interesado en Posgrado	Sí	63,4
	No	36,6
Posgrado en UTPL	Sí	42,0
	No por el momento	23,2
	No	13,4
	En otro centro	21,4
Razones para no estudiar en UTPL	Tiempo	12,2
	Economía	56,1

	Maternidad	2,4
	Otros	29,3
Posible modalidad de estudio	Presencial	5,6
	Semipresencial	47,9
	Distancia	46,5

Fuente: Elaboración propia.

Se ha realizado el coeficiente Chi-Cuadrado de Pearson para determinar la posible asociación entre variables y se ha obtenido que existe relación entre las siguientes: género e ingresos: las mujeres obtienen el porcentaje más elevado (66,7%) donde claramente se observa la brecha salarial de género y ganan menos de 1000\$ al mes.

Género e interés en posgrado en UTPL: casi la mayoría de las mujeres (49,3%) son las que estarían interesadas en la Maestría que pudiera implantar la UTPL.

Edad y título académico: el rango de edad comprendido entre 31 a 40 años son los que obtienen un mayor porcentaje (60%) y que han estudiado el título de administración de empresas turísticas.

Edad y año de obtención del título: los encuestados entre 31 y 40 años obtuvieron su título académico antes del 2006 (56,3%).

Edad y modalidad de estudios: los grupos formados por los rangos 31 a 40 años y más de 51 años, han realizado estudios semi-presenciales (50% para ambos casos).

Edad e ingresos: el grupo de 20 a 30 años (51,6%) son los que ganan menos de 1000\$.

Título académico e interés en posgrado en UTPL: los antiguos estudiantes que estudiaron administración de empresas turísticas (60%) son los que sí están interesados en realizar el posgrado en esta Universidad.

No ha habido niveles significativos para el resto de variables correspondientes al perfil del graduado encuestado e interés por estudiar un posgrado.

Tabla 3
Prueba chi cuadrado entre variables

Variables	Contraste Chi cuadrado de Pearson		
	c2	gl.	P. Sig.
Género/ingresos	10,138	3	0,017
Género/posgrado UTPL	9,227	3	0,026
Edad/título académico	31,326	12	0,002
Edad/año de obtención del título	27,135	9	0,001
Edad/modalidad de estudios	17,293	6	0,008
Edad/ingresos	33,792	9	0,000
Título obtenido /posgrado UTPL	32,755	12	0,001

Fuente: Elaboración propia

En función de las motivaciones que tienen los graduados para realizar un posgrado (Tabla 4),

dentro de una escala Likert del 1 al 7, el indicador más valorado con una media de 5,48 fue “mejorar ingresos”.

Tabla 4
Motivaciones para estudiar un posgrado

Ítems	Media	Ranking
Mejorar ingresos	5,48	1
Oportunidades laborales	5,18	2
Estatus	3,28	3

Fuente: elaboración propia

Dentro de las razones que dan los encuestados para estudiar un posgrado en la UTPL (Tabla 5) en una escala Likert del 1 al 7, la media más alta la obtiene el “precio por valor recibido” (5,13).

Tabla 5
Razones para estudiar un posgrado en UTPL

Ítems	Media	Ranking
Precio por valor recibido	5,13	1
Calidad académica	4,86	2
Prestigio institucional	4,79	3
Ubicación geográfica	4,28	4
Modalidad abierta	4,25	5

Fuente: elaboración propia

Dentro de una escala del 1 al 4, las nuevas tecnologías aplicadas al turismo (3,34) es la principal preferencia para enfocar un posgrado en turismo (Tabla 6).

Tabla 6
Enfoque para el posgrado en turismo

Ítems	Media	Ranking
Nuevas tecnologías	3,34	1
Innovación	3,27	2
Emprendimiento	3,27	3
Proyectos turísticos	3,27	4
Planificación turística	3,24	5
Gestión sostenible	3,24	6

Marketing	3,23	7
Desarrollo integral	3,21	8
Turismo comunitario	3,14	9
Gestión hotelera	3,11	10
Turismo naturaleza	3,06	11
Políticas públicas	3,06	12

Fuente: elaboración propia

Tanto para las motivaciones (Tabla 4), razones (Tabla 5) como el enfoque de posgrado en turismo en la UTPL (Tabla 6) no se han encontrado resultados significativos en la prueba ANOVA en relación con el perfil del egresado.

4.2. Resultados cualitativos

De las personas entrevistadas, nueve son hombres y una es mujer. Siete de ellos trabajan en la Zona 7 y los otros tres a nivel nacional. Cinco entrevistados ocupan cargos públicos, cuatro privados y uno trabaja para ambos sectores.

Los resultados se dividieron en los tres ejes siguientes:

a) Los problemas que enfrenta la Zona 7 a nivel turístico.

Según el análisis de datos, todos los entrevistados comentaron que existía una serie de inconvenientes en la Zona 7: la mayoría informaron sobre la falta de cualificación turística tanto en el manejo de la gestión política como en el manejo práctico de los conocimientos adquiridos.

"...nuestro talón de Aquiles es que el desarrollo del turismo está en manos de burócratas...", "El turismo presenta un panorama esperanzador, hablando de la demanda de hoteles, pero también un poco preocupante, porque la mano de obra calificada y especializada en el sector es muy reducida" L.2

"...no hay un proceso de vinculación profesional con el territorio"..."tenemos mucha gente que quiere trabajar en oficina, es decir, en lo administrativo y no en lo operativo y es ahí donde tenemos problemas para ejecutar proyectos porque no encontramos la operatividad que necesita el turismo"... "En relación con la planificación encontramos una falta de talento" L.3

Algunos expertos comentaron acerca de la necesidad de tener una mejor infraestructura logística y de transporte para mejorar la llegada de turistas.

"...hay que generar conectividad, facilitar intercomunicación, sin eso el desarrollo del turismo está comprometido..." L.1

b) Acerca del enfoque que debería tener el posgrado en turismo.

La mayoría de los entrevistados declararon la conveniencia de que los estudios contengan una perspectiva en gestión territorial y gestión privada (hostelería, consultorías, etc.).

"es necesario una planificación territorial bien enfocada en el desarrollo de productos y de destinos turísticos..." "el desarrollo del turismo debe ser un desarrollo planificado, un desarrollo que realmente sea sostenible y sustentable en el tiempo" L.7

"un profesional del turismo ha de saber gestionar tanto el sector público como el privado y ambas posturas deben fortalecerse, no son limitantes" L.5

"...la oferta de análisis en hotelería aquí en el país es necesario, porque además en un sector

como el hotelero, la mayoría de los gerentes propietarios no son profesionales en turismo, por tanto, tendrían la necesidad de especializarse..." L.9

"...hoy más que nunca necesitamos profesionales de turismo que no se consiguen en formación de revenue management, por ejemplo..." L.2

c) Las posibilidades de empleo ante la especialización en turismo.

La totalidad de los expertos se refirieron favorablemente a las implicaciones laborales que traería consigo la Maestría en turismo ya que crearía una especialización que se demanda en el sector.

"Aquí están todos los GAD's (Gobiernos Autónomos Descentralizados), y con ellos, tienes 235 plazas de trabajo aseguradas, la mayoría de los GAD's tienen la unidad de turismo, pero el problema es que no tienen turistólogos..." L.10

"...me parece que hay 221 municipios en el país y 800 o un poco más de juntas parroquiales y más de 1000 instituciones públicas que necesitan asesoramiento, ahí está la empleabilidad en el sector turístico..." L.4

En definitiva, los resultados de las entrevistas dejan patente que los entrevistados perciben la falta de especialización en el sector y la necesidad de una adecuada gestión en política turística. También opinan que esta formación debería enseñar a gestionar el territorio, manejar la gestión pública y privada (hoteles, consultorías, etc.). Al mismo tiempo, manifiestan la importancia de llevar la teoría a la práctica, es decir, que el conocimiento sea práctico y los nuevos profesionales del turismo sepan enfrentar y ser resolutivos ante las situaciones reales. La maestría en turismo ofrecería mayores y mejores posibilidades de empleo, ya que se requiere de especialistas en turismo.

Por último, destaca que sólo haya una mujer de una muestra de diez personas, ocupando un cargo directivo y como líder de opinión en este sector.

5. Conclusiones y discusión

Este estudio ha recopilado información sobre el perfil, las motivaciones y el enfoque curricular, que debería tener un posgrado en turismo según la opinión de los graduados de carreras turísticas o afines. También recoge datos sobre las razones para estudiar en la UTPL. Por otro lado, y mediante entrevistas realizadas a expertos en temas turísticos, se obtuvieron tres grupos de resultados: los problemas que enfrenta la Zona 7 a nivel turístico, qué demanda la industria para saber cómo orientar el futuro posgrado y por último, las posibilidades de empleo que se tendría ante la realización de esta especialización.

En los resultados cuantitativos destaca la participación mayoritaria de las mujeres, habiendo también una mayor tasa de proporción de mujeres empleadas en el sector turístico tal y como señala el estudio de Hjalager (2003).

La mayoría de los encuestados han obtenido su título entre 2014 y 2017 y ganan menos de 1000\$ al mes. Los salarios que presentan los graduados en turismo son bajos si se comparan con los de otras carreras en general (Costa, et al., 2013). Es por ello que la mayoría de los que participaron en la muestra de estudio están interesados en realizar un posgrado porque acaban de titularse y podrían encontrarse sin trabajo o ganando menos de 1000\$. De la misma manera, perciben en la Maestría una oportunidad para conseguir empleo, aumentar las posibilidades laborales y mejorar sus ingresos, lo que va en consonancia con los estudios realizados sobre este tema (Hannam et al., 2004; Hjalager, 2003; Suvantola, 2004; Lam et al., 2011; Costa, et al., 2013). También los líderes de opinión manifiestan que la maestría ofrecería mayores y mejores posibilidades de trabajo, ya que tanto a nivel público como privado se requiere de especialistas en turismo, que actualmente son necesarios para cubrir la demanda disponible.

Por otro lado, se ha obtenido una diferencia significativa en cuanto a la brecha salarial entre hombres y mujeres, siendo las mujeres las que ganan menos de 1000\$ mensuales y persistiendo de esta manera, las desigualdades de género (Costa et al., 2013).

En cuanto a realizar el posgrado, más del tercio de la muestra lo haría en la UTPL, por lo que existe cierta reputación en esta institución, aunque podría mejorarla para conseguir una

mejor posición de su marca (Soutar and Turner, 2002; Dodds and Muchnick, 2008). Las mujeres son las que están más interesadas en realizar esta especialización en la UTPL, por lo que el grado de fidelidad es mayor entre el género femenino, pudiéndolo reforzar aún más para ambos géneros a través de la lealtad. Por ejemplo, podría conseguir un mayor número de matriculados en el posgrado a través de la atención activa y las relaciones interpersonales de sus graduados después de finalizar sus estudios (McAlexander et al., 2005).

Los que no escogen la UTPL para realizar un posible posgrado, sería por cuestiones económicas, bien porque no se lo podrían permitir por causas familiares, personales o porque el precio que establecería la universidad es algo excesivo. Sin embargo, en contraposición a esto, los que sí estudiarían en esta institución, valoran los contenidos y no les importa pagar el precio establecido, siendo este ítem el más valorado en relación a otros como: la modalidad abierta, ubicación geográfica y prestigio institucional, entre otros. En esta cuestión, se podría establecer un plan de ayuda para los que quisieran optar a un posgrado en la UTPL y no pudieran permitírselo, fomentando un mayor número de subvenciones, becas, incentivos o alternativas para que la realización del posgrado no se vea limitado por motivos económicos.

Los graduados tienen claro que la modalidad de estudio que escogerían sería semipresencial o a distancia, teniendo estas modalidades, especialmente la última, un impacto fundamental en el proceso educativo (Sigala, 2002), ya que garantiza la flexibilidad del aprendizaje (Afifi, 2011).

Por otro lado, los que han estudiado administración de empresas turísticas están más interesados en seguir estudiando un posgrado en turismo, lo que podría significar que desean especializarse en su mismo campo de estudios y seguir actualizados ante las demandas cambiantes de este sector (Assante et al., 2010).

La edad también ha sido una variable que ha dado resultados significativos en asociación con el título académico, el año de obtención del título y la modalidad de estudios.

En cuanto al enfoque curricular que debería tener la maestría en turismo, los egresados se decantan especialmente por las nuevas tecnologías, mientras que los líderes de opinión demandan una formación en gestión territorial, pública y privada, pero ante todo, ponen de manifiesto la necesidad de saber llevar el conocimiento a situaciones reales y que el conocimiento tenga fundamentalmente una orientación práctica (Alexander, 2007; Ruhanen and McLennan, 2012).

Llama la atención que sólo haya una mujer de una muestra de diez, ocupando un cargo directivo y como líder de opinión en este sector. De nuevo, la falta de equidad de género refleja que los hombres son los que siguen ocupando más cargos directivos que las mujeres en el sector turístico, prevaleciendo una jerarquía fundada en el sexo. Los foros políticos-económicos que estructuran y orientan las políticas turísticas y el propio desarrollo del turismo siguen estando dominados por actores económicos masculinos. Pocas mujeres desempeñan un papel decisivo en la elaboración de políticas turísticas y menos aún en su aplicación (Williams, 2007) y esto mismo se constata en este caso.

En definitiva, más de un tercio de la muestra y la mayoría de ellas mujeres, estarían dispuestas a realizar un posgrado en la UTPL. De la misma manera, los líderes de opinión también demandan especialistas en el sector. Dada la falta de competencia en la Zona 7, ya que a fecha de 2018 no existe ninguna universidad o institución que haya implantado una Maestría relacionada con el sector turístico, la UTPL tiene la oportunidad de ser pionera y desarrollar esta nueva especialización en la provincia de Loja (Ecuador). Esta universidad privada cuenta con una marca reconocida por todo el país, no obstante, y después de los resultados obtenidos, podrían afianzar y fidelizar mediante relaciones interpersonales o diversas estrategias de marketing su estatus, y de esa manera, contar con un mayor número de alumnos egresados interesados en un futuro posgrado.

Referencias bibliográficas

Abdul-Ghani, Moamed. (2006). Hospitality and Tourism Education in the Making. Journal of

Teaching in Travel & Tourism, 6(2), 71-87.

Alexander, Matthew. (2007). Reflecting on changes in operational training in UK hospitality management degree programmes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(3), 211-220.

Assante, Lisa M., Marie, Huffman, Lynn & Harp, Shelley S. (2010). A taxonomy of academic quality indicators for U.S. based 4 years undergraduate hospitality management programs. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(2), 164-184.

Baum, Tom. (1991). The US and the UK: comparing expectations of management trainees. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 32(2), 79-84.

Baum, Tom. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28(6), 1383-1399.

Celis, Daniel. (2015). Análisis comparativo de la educación superior de turismo en América Latina y España. Factores críticos de éxito y determinantes del precio de los programas (Tesis doctoral). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria.

Chang, Te Yi & Hsu, Jui-Man. (2010). Development framework for tourism and hospitality in higher vocational education in Taiwan. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport, and Tourism Education*, 9(1), 101-109.

Chi, Christina G. & Gursoy, Dogan. (2009). How to help your graduates secure better jobs? An industry perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(3), 308-322.

Christou, Evangelos. (2002). Revisiting competencies for hospitality management: contemporary views of the stakeholders. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 14(1), 25-32.

Cooper, Chris & Shepherd, Rebecca. (1997). The relationship between tourism education and the tourism industry: implications for tourism education. *Tourism Recreation Research*, 22(1), 34-47.

Costa, Carlos, Caçador, Sandra, Carvalho, Inés, Breda, Zélia & Costa, Rui (2013). The influence of gender and education-related variables on career development: The case of portuguese and brazilian tourism graduates. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(2), 148-169.

Dale, Crispin & Robinson, Neil. (2001). The theming of tourism education: a three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), 30-35.

Dodds, Rachel & Muchnick, Howard. (2008). Why do they come: Ryerson University student expectations for choosing a hospitality and tourism degree. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 20(3), 17-19.

Dopson, Lea R. & Nelson, Ardel A. (2003). Future of hotel education: required program content áreas for graduates of US hospitality programs beyond the year 2000 – Part II. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 15(3), 11-17.

Dopson, Lea R. & Tas, Richard F. (2004). A practical approach to curriculum development: a case study. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 16(1), 39-46.

Gursoy, Dogan & Swanger, Nancy. (2004). An industry-driven model of hospitality curriculum for programs housed in accredited colleges of business. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 16(4), 13-20.

Gursoy, Dogan & Swanger, Nancy. (2005). An industry-driven model of hospitality curriculum for programs housed in accredited colleges of business – Part II. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 17(2), 46-56.

Hannam, Kevin, Mitsche, Nicole & Stone, Chris. (2004). Tourism employability and the European Social Fund. Paper presented at the Critical Issues in Tourism Education: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Buckinghamshire, UK.

Hernández, Sigfredo, Cohen, Judy, & García, Héctor L. (1996). Residents' attitudes towards an instant resort enclave. *Annals of Tourism Research*, 23, 755-779.

- Hjalager, Anne-Mette. (2003). Global tourism careers? Opportunities and dilemmas facing higher education in tourism. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 2(2), 26-37.
- Hsu, Jai- Fong & Gregory, Susan R. (1995). Developing future hotel managers in Taiwan: From an industry viewpoint. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14, 261-269.
- Hubacek, Klaus, Prell, Christina, Reed, Mark, Boys, Dan, Bonn, Aletta & Dean, Chris. (2006). Using stakeholder and social network analysis to support participatory processes. *International Journal of Biodiversity Science & Management*, 2(3), 249-252.
- INEC, (2010). Fascículo provincial Loja. Resultados del Censo 2010 de la población y vivienda en el Ecuador [consultado 15 Diciembre 2017]. Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>
- Johanson, Misty M. (2006). The value of graduate education in hospitality: industry's perception. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 18(2), 21-27.
- Kay, Christine & Russette, John. (2000). Hospitality-management competencies. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 41(2), 52-63.
- Koyuncu, Mustafa, Fiksenbaum, Lisa, Burke, Ronald J. & Demirer, Halil. (2008). Predictors of Commitment to Careers in the Tourism Industry. *Anatolia*, 19(2), 225-236.
- Lam, Jason M. S., Arffin, Ahmad Azmi M., & Ahmad, Azhar Hj. (2011). Edutourism: Exploring the push-pull factors in selecting a university. *International Journal of Business and Society*, 12(1), 63-78.
- Lee, Myong Jae, Kim, Samuel Seongseop & Lo, Ada (2008). Perceptions of hospitality and tourism students towards study motivations and preferences: A study of Hong Kong students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 7(2), 45-58.
- Mayaka, Melphon & Akama, John S. (2007). Systems approach to tourism training and education: The Kenyan case study. *Tourism Management*, 28 (1), 298-306.
- McAlexander, James H., Koenig, Harold F. & Schouten, John W. (2005). Building a university Brand community: The long-term impact of shared experiences. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(2), 61-79.
- Medeiros de Araujo, L., & Bramwell, Bill (1999). Stakeholder assessment and collaborative tourism planning: the case of Brazil's Costa Dourada project. *Journal of Sustainable Tourism*, 7, 356-378.
- O'Mahony, G. Barry, McWilliams, Alan M. & Whitelaw, Paul A. (2001). Why students choose a hospitality degree program. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration*, 42(1), 92-96.
- Okumus, Fevzi & Wong, Kevin K. (2007). A content analysis of strategic management syllabi in tourism and hospitality schools. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(1), 77-97.
- Raybould, Mike & Wilkins, Hugh. (2005). Over qualified and under experienced: Turning graduates into hospitality managers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 203-216.
- Reed, Mark S., Fraser, Evan D. G., & Dougill, Andrew J. (2006). An adaptive learning process for developing and applying sustainability indicators with local communities. *Ecological economic*, 59(4), 406-418.
- Ruhanen, Lisa & McLennan, Char-Lee. (2012). The learning experiences and preferences of tourism postgraduate students. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 12(2), 146 164.
- Sabariago-Puig, Marta, Vilà-Bañós, Ruth, & Sandín-Esteban, Maria- Paz. (2014). El análisis cualitativo de datos con ATLAS.ti. *REIRE, Revista d'Innovació I Recerca En Educació*, 7(2), 119-133.
- SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) (2012). Proceso de desconcentración del Ejecutivo en los niveles administrativos de planificación. Quito: Wilmer Simbaña [consultado 27 de Diciembre 2017]. Disponible en:

[http://www.planificacion.gob.ec/wp-](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Folleto_informativo-Desconcentracion2012.pdf)

[content/uploads/downloads/2012/10/Folleto_informativo-Desconcentracion2012.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Folleto_informativo-Desconcentracion2012.pdf)

SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. Quito [consultado 27 Diciembre 2017]. Disponible en: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf.

Sigala, Marianna (2002). The evolution of Internet pedagogy: Benefits for tourism and hospitality education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 1(2), 29-45.

Soutar, Geoffrey N. & Turner, Julia P. (2002). Students' preferences for university: a conjoint analysis. *The International Journal of Educational Management*, 16(1), 40-45.

Suvalola, Jaakko (2004). Self-determination theory in charting students' motivation. Paper presented at Critical Issues in Tourism Education: Conference of the Association for Tourism in Higher Education, Buckinghamshire, UK.

Tas, Richard F. (1988). Teaching future managers. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 29(2), 41-3.

Tepeci, Mustafa & Bartlett, A. L. Bart. (2002). The hospitality industry culture profile: A measure of individual values, organizational culture, and person-organization fit as predictors of job satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 151-171.

Tesone, Dana V. & Ricci, Peter. (2006). Toward a definition of entry-level job competencies: Hospitality manager perspectives. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7(4), 65- 80.

UTPL, (Secretaría de la Universidad Técnica Particular de Loja, comunicación personal, 15 de diciembre de 2017).

Williams, Mariama. (2007). Economía política del turismo: liberalización y condición de las mujeres. En Duterme, Bernard. et al. *Turismo hoy: ganadores y perdedores*. (pp. 111-140). Madrid: Editorial Popular.

1. Doctora en Turismo. Facultad de Turismo. Universidad de Málaga, España. abalvaz@yahoo.es

2. Master en Turismo. Departamento Ciencias Empresariales, sección Hotelería y Turismo. Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. dssalinas1@utpl.edu.ec

3. Magister en Planificación Turística. Departamento Ciencias Empresariales, sección Hotelería y Turismo. Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. mgsuasnavas@utpl.edu.ec

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 40 (Nº 26) Año 2019

[\[Índice\]](#)

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]